



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TEMA:**

**“Propuesta de Factibilidad de un Hostal temático de la música  
en el sector del Centro Histórico en la ciudad de Quito”**

**AUTORA:**

**Patiño Cabezas, Yanina Evelyn  
Santos Toaza, Denisse Anabel**

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de:  
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y  
Hoteleras**

**TUTORA:**

**Econ. Shirley Segura Ronquillo, MA., Mgs.  
Guayaquil, Ecuador**

**Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Yanina Denisse, Patiño Santos**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

**TUTORA**

---

**Econ. Shirley Segura Ronquillo, MA., Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Yanina Evelyn Patiño Cabezas**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **Propuesta de Factibilidad de un Hostal temático de la música en el sector del Centro Histórico en la ciudad de Quito** previa a la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016**

**LA AUTORA**

---

**Yanina Evelyn Patiño Cabezas**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Denisse Anabel Santos Toaza**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **Propuesta de Factibilidad de un Hostal temático de la música en el sector del Centro Histórico en la ciudad de Quito** previa a la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016**

**LA AUTORA**

---

**Denisse Anabel Santos Toaza**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**Yo, Yanina Evelyn Patiño Cabezas**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Propuesta de Factibilidad de un Hostal temático de la música en el sector del Centro Histórico en la ciudad de Quito** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016**

**LA AUTORA:**

---

**Yanina Evelyn Patiño Cabezas**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Denisse Anabel Santos Toaza**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Propuesta de Factibilidad de un Hostal temático de la música en el sector del Centro Histórico en la ciudad de Quito**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016**

**LA AUTORA:**

---

**Denisse Anabel Santos Toaza**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

### Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Propuesta de Factibilidad de un Hostal temático de la música en el sector del Centro Histórico en la ciudad de Quito**, presentado por las estudiantes **Patiño Cabezas Yanina** y **Santos Toaza Denisse**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 1%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

The screenshot shows the URKUND interface with the following details:

Documento	<a href="#">TT - Patiño Cabezas y Santos Toaza.docx</a> (D21577103)
Presentado	2016-09-01 14:24 (-05:00)
Presentado por	Shirley Segura (shirley.segura@cu.ucsg.edu.ec)
Recibido	shirley.segura.ucsg@analysis.urkund.com
Mensaje	TT - Patiño Cabezas y Santos Toaza <a href="#">Mostrar el mensaje completo</a>

1% de esta aprox. 26 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 3 fuentes.

---

**Econ. Shirley Segura Ronquillo, MA., Mgs.  
PROFESOR TUTOR**

## **Agradecimiento**

(Agradecemos a DIOS por la  
fuerza, habilidades e inteligencia que nos dio.  
A nuestras familias, amigos y tutora que fueron  
sus instrumentos durante todo este proceso.)



## **Dedicatoria**

Este proyecto se lo dedicamos a DIOS  
por su infinito amor y a nuestras familias  
que nos muestran el amor de DIOS día a día.  
Yo, Evelyn Patiño especialmente también dedico  
este proyecto a la memoria de Cristhian Eduardo,  
por haber siempre creído en mí, sus  
palabras de aliento y su incondicionalidad.  
Y yo, Denisse Santos quiero dedicar este proyecto  
a mi amada madre Ana Toaza, a mi abuela  
Leonor Ramírez y a mis tíos Mónica  
y Néstor Toaza, este es nuestro esfuerzo.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Econ. Shirley Segura Ronquillo, MA., Mgs.**  
TUTORA

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**  
DIRECTORA DE LA CARRERA

---

**Ing. Said Diez Farhat, Mgs.**  
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

**Ing. Gerson Sopó Rosenberg, Mgs.**  
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATOLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
<b>Yanina Evelyn Patiño Cabezas</b>	
<b>Denisse Anabel Santos Toaza</b>	

---

**Econ. Shirley Segura Ronquillo, MA., Mgs**

**PROFESOR TUTOR**

# Índice General

Introducción .....	1
Antecedentes .....	2
Planteamiento del problema .....	3
Pregunta de investigación.....	3
Justificación .....	3
Objetivos .....	4
Capítulo I .....	6
Marco Referencial .....	6
Marco Teórico .....	14
Marco Conceptual .....	18
Marco legal.....	19
Marco metodológico .....	21
Capítulo II .....	23
Análisis del entorno.....	23
Análisis P.E.S.T.A.....	23
Análisis del Micro entorno .....	28
Las cinco fuerzas de Porter.....	28
Diseño de Investigación.....	31
Población de Estudio .....	31
Muestra .....	32
Tipos de Muestreo.....	32
Interpretación de los resultados .....	33

Conclusión del estudio del Micro entorno .....	43
Capítulo III .....	44
Propuesta del proyecto .....	44
Nombre de la empresa .....	44
Logo & Slogan .....	44
Misión .....	44
Visión .....	44
Organigrama .....	45
FODA.....	46
Estudio Técnico.....	47
Segmentación del mercado.....	49
Estrategias de Marketing Mix.....	50
Análisis financiero de la propuesta .....	53
Conclusiones.....	67
Recomendaciones .....	68
REFERENCIAS (o BIBLIOGRAFÍA) .....	69

## Índice de Tablas

Tabla 1. Inflación mensual correspondiente al 2015.....	25
Tabla 2. Segmentación del mercado.....	50
Tabla 3. Precios del servicio de alojamiento.....	50
Tabla 4. Precios de actividades complementarias.....	50
Tabla 5. Precio del servicio de alimentos y bebidas.....	51
Tabla 6. Inversión Inicial parte 1.....	53
Tabla 7. Inversión Inicial parte 2.....	54
Tabla 8. Balance Inicial.....	55
Tabla 9. Préstamo.....	55
Tabla 10. Proyección de Ingresos anuales del establecimiento.....	56
Tabla 11. Proyección de Ingresos por ventas del servicio de alojamiento, año 1.....	57
Tabla 12. Estado de Resultados... ..	57
Tabla 13. Costos operacionales.....	58
Tabla 14. Evaluación del proyecto.....	59
Tabla 15. Punto de equilibrio.....	59
Tabla 16. Ratios/Indicadores Financieros.....	60
Tabla 17. Proyección de Ingresos por ventas de actividades Complementarias año1.....	60
Tabla 18. Proyección de Ingresos por ventas desayunos, año 1.....	61
Tabla 19. Proyección de Ingresos por ventas servicio de bebidas, año 1.....	62
Tabla 20. Proyección de Ingresos servicio de alimentos, snacks, año1.....	63
Tabla 21. Proyección de Ingresos total, primer año.....	64
Tabla 22. Resumen Gastos Administrativos.....	64
Tabla 23. Flujo de Caja anual.....	65
Tabla 24. Rol de pagos año 1.....	65
Tabla 25. Rol de pagos año 2.....	65
Tabla 26. Rol de pagos de los primeros 5 años.....	65
Tabla 27. Depreciación.....	66

## Índice de Figuras

Figura 1. Stayin Oporto Music Guest Apartment.....	6
Figura 2. Habitaciones The Hotel du Triangled'Or – Paris.....	7
Figura 3. Habitaciones The Hotel du Triangled'Or – Paris.....	8
Figura 4. Habitaciones The Hotel du Triangled'Or – Paris.....	8
Figura 5. Disney's All-Star Music Resort.....	9
Figura 6. Habitación Disney's All-Star Music.....	9
Figura 7. Disney's All-Star Music Resort.....	9
Figura 8. Hotel Amadeus & La Música De Sevilla.....	10
Figura 9. Hotel Amadeus & La Música De Sevilla.....	11
Figura 10. Hotel Amadeus & La Música De Sevilla.....	11
Figura 11. Línea de pobreza extrema.....	26
Figura 12. Tecnologías de la información y la comunicación en la Provincia del Pichincha.....	27
Figura 13. Edad de los turistas nacionales.....	33
Figura 14. Edad de los turistas extranjeros.....	34
Figura 15. Género de los turistas nacionales.....	34
Figura 16. Género de los turistas extranjeros.....	34
Figura 17. Establecimiento de hospedaje donde se encuentra, turistas nacionales	35
Figura 18. Establecimiento de hospedaje en que se encuentra, turistas extranjeros...	35
Figura 19. Factores que influyeron para la elección del establecimiento de hospedaje, turistas nacionales.....	36
Figura 20. Factores que influyeron para la elección del establecimiento de hospedaje, turistas internacionales.....	36
Figura 21. Medios de comunicación que influyeron en la decisión de estadía de los turistas nacionales.....	37
Figura 22. Medios de comunicación que influyeron en la decisión de estadía de los turistas internacionales.....	37

Figura 23. Ha escuchado sobre la música del Ecuador, durante su estadía, turistas nacionales.....	38
Figura 24. Ha escuchado sobre la música del Ecuador, durante su estadía, turistas internacionales.....	38
Figura 25. Le gustaría conocer la música nacional de Ecuador a través de un hostel temático cuya decoración y servicios sean enfocados en ella, turistas nacionales.....	38
Figura 26. Le gustaría conocer la música nacional de Ecuador a través de un hostel temático cuya decoración y servicios sean enfocados en ella, turistas internacionales.....	39
Figura 27. Servicios que les gustaría encontrar en el hostel mencionado anteriormente, turistas nacionales.....	39
Figura 28. Servicios que les gustaría encontrar en el hostel mencionado anteriormente, turistas internacionales.....	40
Figura 29. Servicio adicional de estudio de grabación, turistas nacionales.....	40
Figura 30. Servicio adicional de estudio de grabación, turistas extranjeros.....	41
Figura 31. Pagaría por un servicio de hospedaje que incluye: desayuno, servicios ligados a la música y la opción al servicio de grabar una canción, turistas nacionales.....	41
Figura 32. Pagaría por un servicio de hospedaje que incluye: desayuno, servicios ligados a la música y la opción al servicio de grabar una canción, turistas extranjeros.....	41
Figura 33. Si pagaría por los servicios anteriores, cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche, turistas nacionales.....	42
Figura 34. Si pagaría por los servicios anteriores, cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche, turistas extranjeros.....	42
Figura 35. Logo.....	44



Figura 36.Organigrama.....	45
Figura37. Localización.....	47
Figura38. Distribución.....	47
Figura 39. Fachada.....	48
Figura 40.Planta Baja.....	48

## Índice de Apéndices

Tabla 28. Amortización Anual.....	73
-----------------------------------	----

## Resumen

El proyecto tiene como objetivo principal mostrar la factibilidad de construir un hostel temático de música ecuatoriana en el centro histórico de la ciudad de Quito. El Ecuadorian Hostel Music tendrá una temática de música nacional del Ecuador y un servicio personalizado de la calidad creando así una experiencia cultural única para el huésped. En este análisis del proyecto se hace referencia a los establecimientos hoteleros con la misma temática para tomar como buenos ejemplos a seguir. El hostel tiene capacidad para 22 personas las cuales disfrutarán de servicios adicionales al hospedaje tales como: clases de bailes, grabar canciones en el estudio de grabación, uso de instrumentos musicales étnicos del país entre otros servicios que van de acuerdo con la temática del lugar. Como bases teóricas de este análisis se eligieron dos teorías: la creatividad y el desarrollo económico las cuales se consideran pilares fundamentales en los que se basa la creación de este emprendimiento. Para estudiar la demanda del proyecto, se implementaron métodos que darán a conocer los factores que más influyen en el consumidor a la hora de la toma de decisiones sobre su lugar de hospedaje, también se conoció la situación actual del entorno general del país para emprender un negocio de este tipo. Finalmente, el estudio que se llevó a cabo para este proyecto dio una clara visión social, financiera, legal y política que determinó su factibilidad.

**Palabras Claves:** temático, cultura musical, viabilidad, hostel, factibilidad.

## **Abstract**

This Project has as main objectives present the feasibility of building a theme hostels Ecuadorian music in the historic center of Quito. Ecuadorian Hostel Music will have a thematic about Ecuadorian music and a personalized service quality thus creating a unique experience for the guest. In this analysis of the project, it makes reference about successful project in other countries for follow them, the hostel will be capacity for 22 people which will use the services such as: Ecuadorian dance class, record songs in the recording studio, use Ecuadorian musical instruments among others services that align to the theme of the hostel. As theoretical bases of this analysis was chosen two theories: creativity and economic development which are considered as two supports in which are the bases for this project. To study demand it was used methods which will reveal the factors which influence consumers when choosing your lodging establishment. Also, it shows the real situation in the country for implement a business of this type. Finally in the study of this project gave a clear vision of the social view, financial, legal and political that determinate its feasibility.

**Key words:** thematic, musical culture, viability, hostel, feasibility.

## **Introducción**

Ecuador es un país con condiciones muy favorables para el turismo, la gran mayoría de atractivos culturales radican en la región interandina motivo por el cual reciben la gran mayoría de turistas con intereses culturales y entre los lugares que más demanda de turistas acoge está el cantón de Quito perteneciente a la provincia de Pichincha. Actualmente, el cantón es el escenario político del país, posee las más importantes instituciones gubernamentales, financieras, empresariales, comerciales, administrativas, legales y culturales. En lo turístico, el Municipio Metropolitano está continuamente presentando proyectos y planes de mejora para el sector turístico. Esta es una situación favorable para el proyecto debido que el interés municipal es vital para obtener los datos necesarios que permiten observar la realidad del lugar y es más accesible los trámites y permisos para construir un emprendimiento turístico.

Entre los atractivos más representativos de la ciudad se tiene al Centro Histórico considerado como el mejor centro histórico conservado de Latinoamérica, el cual se encuentra al sur del cantón a su vez ocupa el primer lugar entre los atractivos turísticos más visitados del cantón con un 67%. Por estas razones el Ecuadorian Hostel Music se ha planteado para ser desarrollado en pleno centro histórico mientras los turistas están recorriendo la gran diversidad de edificaciones monumentales continúan con esta experiencia cultural en un hostel temático de música nacional del Ecuador, el cual reflejará por medio de bailes, shows, museos e instrumentos musicales, la cultura ecuatoriana. Por consiguiente, se realizaron los estudios técnico y financiero necesarios para determinar la factibilidad de un hostel de estas características dentro del cantón Quito, para conocer si se adaptaría a las preferencias del turista tanto nacional e internacional y reconocer las amenazas y oportunidades que brinda el mercado, para demostrar finalmente su factibilidad.

## **Antecedentes**

El cantón Quito tiene 2.239.191 millones de habitantes de acuerdo a los últimos datos publicados el INEC (2010). Quito, oficialmente San Francisco de Quito, es la capital de Ecuador, está ubicada en la hoya de Guayllabamba en las laderas occidentales del estrato volcán Pichincha, en la parte oriental de los Andes y se encuentra dividida en 32 parroquias urbanas, las mismas que se dividen en barrios. En la época Incaica el cantón fue el más importante asentamiento del Tahuantinsuyo después en la época colonial se formó la Escuela Quiteña denominación que se le dio al conglomerado de manifestaciones artísticas y artistas que se desarrolló en aquella época. Al interior de Quito se encuentran una gran variedad de atractivos turísticos culturales tales como: El Centro histórico, la Iglesia de la Compañía, la Iglesia de San Francisco, el Cerro del Panecillo, entre otros, visitados por turistas nacionales e internacionales. Entre las principales actividades económicas turísticas del cantón se tienen: agencias de viajes y turismo, alimentos y bebidas, alojamiento, casinos y salas de juego, recreación diversión, esparcimiento y transporte turístico.

El cantón ha ganado prestigiosas denominaciones tales como: Patrimonio Cultural de la Humanidad, destino líder de Sudamérica 2014, Quito capital Iberoamericana de la cultura, mejor ciudad destino del mundo y mejor centro histórico conservado de Latinoamérica. De acuerdo a la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (2016) existen 248 personas trabajando en establecimientos hoteleros. Según el Telégrafo (2015) por concepto de turismo la ciudad recibe un aporte anual de \$300 millones, que representa un 5% de su PIB. Los hostales ocupan el segundo lugar entre los establecimientos de hospedaje que los turistas escogen cuando visitan el cantón (Empresa Metropolitana de Quito, 2016).

Según lo publicado por la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (2015) el área más visitada de Quito por los turistas es el Centro Histórico con un 67% por lo que es considerada Zona especial turística de Quito (ZET) porque de acuerdo al Municipio de Quito (2014) es el principal atractivo del cantón. Para la gran parte de los turistas el motivo de viaje es la visita a lugares históricos y observación de la naturaleza; realidad que se observa en el mejoramiento de los espacios públicos, señalización y mantenimiento de inmuebles coloniales. Actualmente, los hostales generan ofertas de trabajo directas o indirectas,

el proyecto aportaría el aporte del turismo en el PIB del cantón, aumentaría las plazas de trabajo y el interés empresarial por invertir en este proyecto para mejorarlo logrando así mantenerse en el mercado.

### **Planteamiento del problema**

En la actualidad existe un déficit de sitios de alojamiento en el centro histórico, la oferta de hostales es ineficiente comparada con la demanda existente situación que es confirmada por los estudios estadísticos realizados por la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (2015) en el cantón hay un total de 117 hostales entre primera y segunda calidad de estos 117 sólo 13 hostales están en el centro histórico, solo se considera estos dos tipos de hostales porque el Centro Histórico es una Zona Especial Turística (ZET) y de acuerdo al Municipio de Quito (2014) el reglamento sólo permite el funcionamiento de hostales de primeras y segundas categorías en esta zona específica. Según la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (2015) 78.801 turistas visitan el centro histórico. Sin duda existe una demanda con una necesidad la cual no ha sido respondida.

### **Pregunta de investigación**

¿Será factible desarrollar un hostel temático de la música nacional en el Centro Histórico de la ciudad de Quito?

### **Justificación**

En todo proyecto de emprendimiento los individuos implicados buscan conocer qué oportunidades se pueden tomar que no estén alejadas de la realidad del lugar donde se establezca, a su vez que brinde beneficios e innovación para todos los directamente involucrados. Lo que impulsó a crear este iniciativa va de acuerdo a las palabras del Proyecto Ecuador Potencia Turística redactado por el Ministerio de Turismo (2015) Ecuador se presenta como un país multiétnico y pluricultural, lo que lo transforma en un tesoro para los turistas cautivados por la variedad de etnias y tradiciones. La riqueza de los pueblos radica en su cultura, en la arquitectura, las artes, la música y la danza.

Como se leyó anteriormente, la música es parte del patrimonio del país, motivo por el cual Ecuadorian Hostel Music pretende rescatar esta parte de la cultura ecuatoriana a partir de la creación de un hostel temático que cree una experiencia al huésped. Es por esto que se tomaron dos factores: el turismo y la música nacional.

Este estudio se desarrolla para el sector del centro histórico en la ciudad de Quito, la capital de Ecuador, declarada Patrimonio Cultural por la UNESCO y que goza de mucha influencia artística, lo cual lo convierte en el sitio ideal para esta iniciativa.

Según el Municipio de Quito (2014) indica que el Centro Histórico sigue considerándose como un lugar solo de visita razón por la cual la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turística actualmente apuesta sus esfuerzos para crear lineamientos concretos que promuevan calidad en la oferta turística de la zona y así dar lugar a un aprovechamiento turístico del patrimonio cultural.

Conforme al Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador propuesto por el Ministerio de Turismo (2014) “El posicionamiento de los productos turísticos del Ecuador debe brindar la sensación al cliente de alcanzar multi-experiencias en un solo circuito”. Por esta razón se considera de gran importancia dentro de las multi-experiencias a la música, pues la música une, anima y también genera posicionamiento en el mercado.

Al revisar los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir publicados por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2013) el hostel temático aportaría a los objetivos especialmente al número 3 acerca del mejoramiento de vida de la población, número 5 fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad, número 9 garantizar el trabajo digno en todas sus formas, número 8 consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible y el número 10 impulsar la transformación de la matriz productiva.

A su vez se muestra la viabilidad que tiene Quito para llevarse a cabo este emprendimiento ya que en otras ciudades ha funcionado con aceptación, el cual brindará al Centro Histórico una oferta innovadora para conocer la cultura ecuatoriana donde se pretende que se muestre la música étnica de los pueblos, la historia, instrumentos musicales, siempre dispuestos a responder a las necesidades del cliente.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Determinar la factibilidad de un hostel temático de la música nacional por medio de un estudio de mercado para conocer la situación actual del Centro Histórico de la ciudad de Quito.



## **Objetivos específicos**

1. Identificar las oportunidades y amenazas para el proyecto mediante un análisis del macro y micro entorno.
2. Desarrollar un estudio de mercado para identificar las preferencias de los turistas que visitan la ciudad de Quito.
3. Determinar la factibilidad financiera de la propuesta del Hostal temático de la música nacional.

## Capítulo I

### Marco Referencial

A nivel de varios países, la tendencia de alojamientos temáticos se ha posicionado y ha logrado generar servicios de excelencia y reconocimiento. A continuación se revisarán algunos negocios exitosos que son el referente de calidad para el presente proyecto y la descripción de los géneros, cantos y músicas tradicionales del Ecuador.

#### **Stayin Oporto Musica Guest Apartment – Oporto, Portugal**

La ciudad de Oporto es la segunda ciudad más grande de Portugal, es rica por sus elegantes barrios y sus casas señoriales. De acuerdo a la UNESCO (1996) el centro histórico de Oporto, fue declarado Patrimonio Cultural y conforme a lo publicado por el diario Elmundo.es (2011) Oporto junto a Rotterdam fueron capitales Europeas de la cultura en el 2011 y para dicho evento se edificó el auditorio “Casa de Música” la cual es un símbolo de la ciudad. Hay muchas formas en las que se puede disfrutar Oporto, pero la más entretenida es por medio de la música puede optar por el hospedaje en estas novedosas habitaciones de música para huéspedes en el Hotel Stayin Oporto Musica Guest Apartment (2016) poseen habitaciones temáticas que disponen de un tema diferente de música, todo está enfocado en canciones conocidas y celebradas en la ciudad de Oporto y para una decoración original usan los materiales propios de la ciudad.

Este innovador Hotel cuenta con habitaciones dobles con baños compartidos y habitaciones dobles pequeñas. Las cuales están equipadas con baños, bañeras, escritorios y armarios. Para acceder al Stayin Oporto Música los huéspedes deben avisar con anticipación su llegada para la renta de uno de las habitaciones.



*Figura 1.* Stayin Musica Guest Apartment. Tomado de: Stayin Oporto Música Guest Apartment, 2015. Recuperado de: <http://www.stayinoportomusicaguestapartment.com> Oporto

## The Hotel du Triangle d'Or –Paris

Paris tiene diversas caras para ser disfrutada: París romántica, familiar, de moda y de los cabarets o los musicales. De todas estas ópticas en la que se puede disfrutar la ciudad siempre está incluida la cultura Parisina. Desde 1982, esta ciudad es el centro de la fiesta de la música que ofrece una oferta importante a todos los fanáticos, Se puede disfrutar de escenarios gigantes, repertorio barroco, vibración tecno, etc. La ciudad es tan innovadora en la música que existen museos, teatros, tiendas especializadas en ella.

Definitivamente París sin la música no es París, este hotel ideó la forma más endémica de mostrar la ciudad por medio del diseño de las habitaciones las cuales son como cajas de transporte hacia ella.

The Hotel du Triangle d'Or (2016) se encuentra ubicado estratégicamente en el corazón de Paris entre la famosa Iglesia Madeleine y la tradicional ópera Garnier; las habitaciones son clásicas, superior y de lujo. Pertenece a la sociedad francesa Sarl Hotel Les Capucines y el director del hotel es Bertrand Lignier. Para ingresar el huésped debe anticipar su llegada por medio de la recepción.



Figura 2. Habitaciones The Hotel du Triangle d'Or – Paris. Tomado de: The Hotel du Triangle d'Or – Paris, 2014. Recuperado de <http://www.hoteldutriangledor.com>



Figura 3. Habitaciones The Hotel du Triangle d'Or – Paris. Tomado de: The Hotel du Triangle d'Or – Paris, 2014. Recuperado de <http://www.hoteldutriangledor.com>



Figura 4. Habitaciones The Hotel du Triangle d'Or – Paris. Tomado de: The Hotel du Triangle d'Or – Paris, 2014. Recuperado de <http://www.hoteldutriangledor.com>

## Disney's All-Star Music Resort –Orlando

La ciudad de Orlando es sinónimo de diversión debido a sus parques temáticos resaltando el más famoso a nivel mundial como Walt Disney World. En este lugar se da conocer algunos de los géneros más conocidos de la música, entre ellos, blues, jazz, rock and roll y músicas a la manera Broadway. El resort cuenta con habitaciones estándar, preferida y suites familiares, las cuales están, en capacidad para albergar de cuatro a seis huéspedes, con vistas al patio, a las piscinas y al parqueadero.

El resort usa como temática los dibujos animados infantiles o juveniles que emiten en sus programas televisivos y los géneros musicales conocidos alrededor del mundo tales como; el jazz, soul, rock and roll y pop. Por consiguiente el huésped

tiene una idea clara de lo que encontrará. Es un claro ejemplo de una oferta original que pretende brindar al huésped una experiencia única.



Figura 5. Disney's All-Star Music Resort. Tomado de: Disney's All-Star Music Resort, 2000. Recuperado de <https://disneyworld.disney.go.com>



Figura 6. Habitación Disney's All-Star Music Resort. Tomado de: Disney's All-Star Music Resort, 2000. Recuperado de <https://disneyworld.disney.go.com>



Figura 7. Disney's All-Star Music Resort. Tomado de: Disney's All-Star Music Resort, 2000. Recuperado de <https://disneyworld.disney.go.com>

## Hotel Amadeus & La Música De Sevilla– España

Según lo redactado por el Ayuntamiento de Sevilla (2016) la hermosa ciudad de Sevilla es un lugar lleno de historia, estuvo invadida por los musulmanes los cuales tuvieron la mayor influencia; después pasó a manos de los católicos teniendo así en la ciudad la unión de diversos pueblos tales como: Ibero, árabe y cristiano, lo que la convierten en uno de los destinos culturales más demandados por sus diversas capillas, basílicas, museos, archivos famosos, caserones señoriales, conventos con arquitecturas coloridas y catedrales.

Una manera entretenida de conocerla es por medio de la música clásica no por nada se la conoce como Sevilla ciudad de Ópera que tiene a los más relevantes músicos de este género: Mozart, Beethoven o Bizet y que le han dado un reconocimiento a nivel mundial. La ciudad cuenta con una guía netamente para los amantes de este género con circuitos, un servicio turístico totalmente personalizado, por lo que la idea del Hotel Amadeus acerca de introducir al huésped en el mundo de la ópera desde el momento de hospedaje por medio de la decoración, información y servicios complementa a estos circuitos ya establecidos mostrando así lo que hace diferente a Sevilla de las demás ciudades.

De acuerdo al Hotel Amadeus & La Música De Sevilla (2016) se cuenta con habitaciones dobles, superior doble, ático, doble a la calle, junior suite, suite. Todas tienen CD's de música clásica, libretos de óperas con descripción de la misma, biografías del autor y libros en distintos idiomas, Internet Wi-Fi, reproductor de CD con radio y ordenador portátil sin costo.



Figura 8. Hotel Amadeus & La Música De Sevilla. Tomado de: Hotel Amadeus & La Música De Sevilla, 2000. Recuperado de <http://www.hotellamadeussevilla.com/>



Figura 9. Hotel Amadeus & La Música De Sevilla. Tomado de: Hotel Amadeus & La Música De Sevilla, 2000. Recuperado de <http://www.hotelamadeussevilla.com/>



Figura 10. Hotel Amadeus & La Música De Sevilla. Tomado de: Hotel Amadeus & La Música De Sevilla, 2000. Recuperado de <http://www.hotelamadeussevilla.com>

## **Géneros, cantos y músicas tradicionales del Ecuador**

Como ya se mencionó anteriormente se dará conocer la cultura ecuatoriana por medio de la música de sus pueblos. Por lo consiguiente se detalla a continuación las músicas y géneros ecuatorianos.

### **Géneros y danza del pueblo negro ecuatoriano**

#### **La Marimba**

Inscrita en el 2015 en la lista representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Conforme a la Unesco (2015) la música de la marimba forma parte de las expresiones musicales que forman parte del tejido social, familiar y comunitario de la provincia de Esmeraldas. Los hombres y mujeres cantan narraciones y poemas acompañando sus movimientos del cuerpo para festejar la vida, cultos a santos y despedir a difuntos.

### **Andarele**

Es un canto y baile esmeraldeño. Es una innovación afro esmeraldeña de la contradanza, con aportes de la música indígena. Generalmente se baila al final de una fiesta (Moreno, 1949).

### **La bomba del valle del Chota**

De acuerdo a Moreno (1949) la bomba es un género musical proveniente del Valle del Chota, esailable, un ritmo de alegría y unidad choteña.

### **Agua larga**

Se define como uno de los principales cantos de la marimba, es muy admitido que el género “agua” participa en dos culturas la chachi y la negra (Godoy, 2005).

### **Arullo**

Su temática son amorfinos, contrapuntos y versos desafíos cantados por una mujer pueden tener un tema espiritual como carnal se lo acompaña con bombo, cununo y guasá (Prefectura de Esmeraldas, 2016).

## **Géneros y danzas de las provincias de la Amazonía: Napo, Pastaza, Tena y Sucumbíos**

### **El annet**

De acuerdo a Juncosa (2000) el annet es un canto donde se relatan diversas escenas comunicativas y la comunicación con seres míticos que traen elementos de la naturaleza.

### **El nampet**

Según Luis Moreno en la obra Música y Danzas Autóctonas del Ecuador (1949) define al Nampet. De nampek (estar ebrio o emborracharse). Son cantos de alegría que se ocupan de transmitir recados, agasajos, o para manifestar sus metáforas, su universo de prosperidad y se canta abiertamente en los bailes.

### **Uaj**

Según Mullo (2005) Un resalto de la acción de la guerra para otorgar buenos augurios y fuerza al hombre, no se deje dominar por malos sueños y posea una vida larga, este canto colectivo es realizado por las mujeres.

### **Huao**

Tomando como referencia lo narrado por el naturalista alemán Erwin Patzelt (1971) se llega a una interesante descripción de la música Huao. Los Huaroni cantan



muy bien puede ser durante toda la noche o durante todo el día, cuando están de cacería o cuando quieren matar. En las fiestas se alegran bastante y exteriorizan todo lo que tienen internamente (Tomado de Mullo, 2000).

## **Géneros y danzas de la región Sierra ecuatoriana**

### **San Juanito**

El concepto del San Juanito más aceptado es el siguiente entre los etnomusicólogos. De acuerdo con D'harcourt (1990) el San Juanito ascendencia en la cultura inca pudiendo ser un ritmo modificado del ritmo tradicional peruano (Citado por Salgado, 2011).

### **El Capishca**

Conforme al Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (2013) el Capishca es un ritmo bailable que es común escucharlo en fiestas indígenas y agasajos en la provincia del Azuay.

### **El danzante**

Según el Ministerio de Turismo (2014) el danzante es el principal personaje de la fiesta del Corpus Christi que es una conmemoración religiosa con tradiciones paganas y actualmente está considerado patrimonio cultural intangible de la humanidad.

### **Albazo**

Como lo determina, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (2014) el Albazo es un género bailable que por medio de su poesía nos expresa versos de amor, la belleza de las ciudades y los sucesos de la cotidianidad estando presente en reuniones comunitarias, religiosas, familiares y en fiestas de bandas institucionales.

## **Género y danza de las culturas montubias de las provincias de Manabí, Guayas, El Oro y Los Ríos**

### **Pasillo**

En el trabajo realizado por Sánchez (2016) define al pasillo como un verso de amor musicalizado y que fue utilizado por bandas militares y en salones. Las letras transmiten; melancolía, paisajes ecuatorianos, así como la belleza de las mujeres y valentía de los hombres.

## **Amor fino**

De acuerdo a Álvarez (1927) el “Amor Fino, baile popular” es un duelo cantando entre dos cantantes que se dicen versos de contrapunta con el fin de demostrar quien canta mejor las coplas (Citado por El Universo, 2002).

## **Chigualo**

En la provincia de Manabí tiene relación con la navidad su función era en juegos de ruedas, bailes de navidad, canciones, juegos de navidad, canciones, versos de ruedas y bailes chigualos. (Mullo, 2009). En la actualidad, por lo que es observable, la mayoría de los turistas están volcados a vivir experiencias propias, tener contacto con la gente de que vive en el lugar que están visitando y vivir su cultura y costumbres.

Ecuador es un país que ofrece un turismo cultural pero poco es lo que se ha hecho a nivel gubernamental para facilitar a los turistas en cuanto a acceso, rutas y circuitos para que ellos conozcan el pasado cultural a través de la música, la cual es una forma dinámica de contarla.

Estas diversas teorías y citas han mostrado cómo la cultura, economía y turismo pueden converger en un mismo escenario para lograr un desarrollo económico con los propios recursos de la sociedad para su crecimiento local y regional sin alterar su identidad nacional. En conclusión, se deduce que el aprovechamiento de la música nacional como un atractivo en el servicio de alojamiento es un campo aún sin explotar que producirá beneficios en el desarrollo de turismo interno, aprovechando cada recurso e incentivando el interés en el mercado. De esa manera, es como se espera contribuir a la innovación y diversificación del servicio de alojamiento en la ciudad de Quito, soportados en un elemento cultural llamado música.

## **Marco Teórico**

Al proponer una nueva alternativa de hospitalidad que se combine con la música nacional, es necesario indagar en todo los factores relacionados en la creación de una experiencia al huésped por medio de la música, teniendo así en cuenta los siguientes fundamentos teóricos.

### **Teoría sobre la calidad turística de Jennings**

De acuerdo al análisis realizado por Gayle Jennings (1955) ha definido que “La calidad mundial de las experiencias de turismo está basada en el servicio

personal, el aislamiento, belleza prístina, singularidad, restaurantes, alojamientos de lujos y el alto gasto requerido para la compra” (p.44). Describiéndose de la siguiente manera:

(A) Alto nivel de servicio. La empresa de alojamiento está dispuesta hacer lo necesario para satisfacer las necesidades del cliente.

(B) Aislamiento y soledad. El atractivo turístico o el establecimiento de alojamiento brindan aislamiento del resto de la sociedad y privacidad al turista se puede proyectar imágenes que muestran a personas retiradas de los demás, en pareja o con sus hijos en una piscina o en un restaurante, esto indica que pueden comportarse como si fueran los únicos en el lugar.

(C) Belleza prístinas. Ordena y Controlada. Junto al aislamiento viene la belleza prístina para detallar que el paisaje está bien cuidado; el césped limpio, arbustos recortados y piscinas limpias.

(D) Singularidad. Posee características singulares que ningún otro lugar tiene, se considera mejor que otros y siempre se mantienen por ser únicos para mantener a los turistas que están dispuestos a pagar por esta diferencia.

(E) Buena cena. Anexo a la singularidad va una buena comida mostrando meseros vestidos formalmente, mesas decoradas, cristalería blanca y pañuelos blancos.

(F) Alojamientos de lujos y el alto gasto requerido para la compra. Todas las características del coste - calidad los cuales pueden ser la opulencia o lujo.

## **La economía y la creatividad**

La última característica citada por las Naciones Unidas resalta la vinculación de la creatividad con la economía. Salgado (2014) denomina esta vinculación como “la economía naranja” o “economía creativa” las cuales significan que la economía creativa o naranja comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual: turismo, arquitectura, artes visuales, escénicas, cine, diseño, editorial, investigación, moda, música, publicidad, audiovisuales, circo, nuevas tecnologías, patrimonio e incluso las artesanías. Es decir, las industrias culturales o creativas o del entretenimiento.

Richard Florida (2010) también concuerda con lo sugerido por las Naciones Unidas en cuanto al carácter multidisciplinario que debe poseer la economía creativa. Él va más allá e incluye a profesionales de diferentes ramas a los cuales

denomina “clases creativas” definiendo que son un conglomerado de profesionales, creadores e investigadores cuya participación en la zona urbana produce dinamismo en lo económico, social y cultural. La teoría de la creatividad es importante para el proyecto debido a que el turista demanda la innovación en los servicios, nuevas formas de ver los destinos, las ciudades y una mejor apreciación de lo propio del lugar. Por lo tanto, la propuesta, debe ser creativa, innovadora y que genere una experiencia al huésped.

Como mencionó Gardner (1998) en la teoría de la creatividad, el aspecto cultural está relacionado con la creatividad, lo que favorece a los países latinoamericanos como Ecuador. De acuerdo con Piedras (2006), Latinoamérica posee grandes recursos como la multiculturalidad y las tradiciones que están latentes en todas las actividades socioeconómicas desarrolladas, tiene en un entorno de convivencia armónica, tolerancia y mutuo reconocimiento constituyendo un insumo invaluable que puede articular diversas estrategias de desarrollo regional y local.

### **Alojamiento turístico**

Dentro de la actividad turística, el Ministerio de Turismo (2015) define el alojamiento turístico como:

Una actividad turística es llevada por sujetos naturales o jurídicos, que radica en brindar un servicio de forma remunerada de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros, para lo cual se consideran los requisitos correspondientes a su clasificación y categorías (p.14).

### **Tipos de alojamientos turísticos**

Conforme al Ministerio de Turismo (2015) las clasificaciones y categorías de los alojamientos turísticos son las siguientes:

- (a) Hotel.
- (b) Hotel Residencia.
- (c) Hotel Apartamento.
- (d) Hostal.
- (e) Pensión.
- (f) Hostería.
- (g) Refugio.
- (h) Cabaña.

- (i) Complejos Vacacionales.
- (j) Camping.
- (k) Apartamento.

En cuanto al hostel (el alojamiento que define este proyecto), es “todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de veintinueve ni menor a doce habitaciones. Categoría de 3 a 1 estrellas plateadas” (Ministerio de Turismo, 2015, p.5).

### **Perfil del turista**

En cuanto el perfil de los turistas o consumidores que realizan la actividad de alojamiento turístico en un hostel temático de música nacional del Ecuador, se hace referencia a la teoría de Plog (1974) acerca de los tipos de turistas:

- (a) Psicocéntricos.- Turistas extremadamente conformistas, realizan turismo como un hábito adquirido, desplazándose a zonas muy desarrolladas y no admite cambios.
- (b) Alocéntricos.- Personas que buscan estímulos, se ven atraídos y motivados por destinos pocos conocidos o divulgados, para ellos el componente primordial es la aventura.
- (c) Medicéntricos.- Aquellos turistas que están entre los dos extremos anteriores.
- (d) Medicéntricos de tendencia psicocéntricos.- Personas que buscan la relajación mezclando los elementos culturales y el contacto con las personas del lugar del destino.
- (e) Medicéntricos de tendencia aloecéntrica.- Son turistas con intereses especiales en actividades de deporte o de esfuerzo físico asumiendo nuevas experiencias siempre y cuando el riesgo esté controlado. (Tomado de Immermans, 2004).

Un punto muy importante que emerge de la teoría de Plog (1974) es que los diferentes destinos turísticos son atractivos para los turistas basados en qué tipo de turistas son. Por eso algunos destinos se han preocupado en conocer el tipo de turista que reciben. También se tiene la teoría de Cohen (1979), que divide al turista desde la experiencia turística, este fundamento teórico es muy citado en todo trabajo que

trata socializar el turismo con otras áreas. Cohen (Citado por Kim, 2011) propone una tipología, que relaciona cinco modos principales de la experiencia turística:

- (a) El modo de vagabundo: Es el que tiene el turista altamente aventurero y vive dentro de la comunidad local.
- (b) El modo de recreación: Es el hombre actual que explora en el turismo lo que en otras actividades recreativas también puede encontrar.
- (c) El modo de diversión: Es el más criticado del turismo de masa porque el turista no se aleja de su centro pues el turismo no tiene significado para él.
- (d) El modo de experiencia: Define al turista que viaja solo, el cual no se arraiga con el centro de su sociedad y cuando viaja se engancha con la vida auténtica de otros.

Como complemento a este marco teórico, a continuación se describen géneros, cantos y bailes tradicionales del Ecuador algunos de los cuales han sido considerados patrimonio cultural inmaterial por la UNESCO con el único fin de proteger la identidad cultural de los pueblos. De acuerdo a lo expresado en *La Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial* (Unesco, 2003) se entiende por patrimonio cultural inmaterial todas las representaciones, expresiones tradicionales y conocimientos transmitidos de generación en generación que infunden identidad cultural a las comunidades.

Dentro del “patrimonio cultural inmaterial” existe la música endémica de los pueblos, específicamente la música latinoamericana de acuerdo a lo expresado por Aretz (2004) está desarrollada en un contexto cultural, que obedece a fenómenos, estratos raciales, implantaciones y trasplantes que son el tejido de una sociedad enfrentada entre lo propio y lo ajeno, lo autóctono y lo importado.

## **Marco Conceptual**

### **Preferencias del turista**

En 1996, Fridgen argumenta que el elemento que interviene en la toma de decisión del turista, es su personalidad. En esta interacción intervienen los siguientes elementos:

- (a) Restricciones: Se pueden clasificar en tres tipos: intrapersonal, interpersonal y estructural.
- (b) Jerarquía: Hay una jerarquía entre las tres restricciones mencionadas anteriormente.

(c) Variación: Las restricciones pueden variar en intensidad y no todas las restricciones darán lugar a la no elección del lugar de ocio.

## **Factibilidad**

Kendall (1997) resolvió que la factibilidad es evaluada de tres formas: operacional, técnica y económicamente. Un proyecto tiene que efectuar las tres formas para merecer un desarrollo consecutivo y el fin del estudio es reunir datos para tomar la decisión de si debe persistir con el proyecto.

## **Hotel Temático**

El Diario Hotelero (diariohotelero.com, 2013) hace referencia al término temático como el establecimiento turístico adoptado a un tema concreto que suele utilizar objetos reales o reproducciones de los mismos, en la decoración del local, utensilios y los inmobiliarios.

## **Cultura**

Harris (2003) define la cultura como un conglomerado de tradiciones y formas de vida, socialmente adquiridos, por los integrantes de una sociedad, incorporando sus conductas.

## **Cultura musical**

De acuerdo Carreras (2011) concluye sobre la cultura musical como la puntualización de la música en la sociedad como fenómenos sonoros en un lugar y contexto determinado.

## **Marco legal**

### **Ley de Turismo**

De la **Ley de Turismo** (Ministerio de Turismo, 2002) se citan los siguientes artículos que amparan el desarrollo de la actividad turística propuesta en este trabajo:

“**Art. 2.-** Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.” (p.1)

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

a. Alojamiento

- b. Servicios de alimentos y bebidas
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial y el alquiler de vehículos para este propósito.
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considera parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencias de viajes turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones (p. 2).

El Ministerio de Turismo (2002) define en su artículo 3.1, que la actividad turística de alojamiento (hospedaje no permanente) puede ser ejercida ya sea por personas naturales o jurídicas para ofrecer este servicio a nacionales o extranjeros de acuerdo a los requisitos que estipula su categoría.

### **Licencia metropolitana única para el ejercicio de actividades**

El municipio de Quito (2013) para agilizar los permisos que requieren las actividades económicas desarrolladas dentro del cantón ha implementado una única licencia que integra los siguientes permisos del uso del suelo, permiso sanitario, permiso de funcionamiento de los bomberos, rotulación, permiso ambiental, licencia única anual de actividades turísticas, permiso anual de la intendencia, general de la policía.

### **Requisitos para obtener la LUAE**

- (a) Formulario de solicitud de la LUAE
- (b) Copia de RUC
- (c) Copia de la cédula de ciudadanía
- (d) Copia de la papeleta de votación
- (e) Autorización del representante legal.
- (f) Dimensiones y esquemas gráficos de cómo quedará el rótulo (p.1).

### **Patente Municipal en las oficinas del municipio de Quito**

- (a) Ingresa a la página de servicios ciudadanos de la Alcaldía de Quito.
- (b) Presentar el formulario llenado.
- (c) Presentar el acuerdo de responsabilidad y usos de medios electrónicos.



- (d) Original y copia de cédula, papeleta de votación y RUC.
- (e) Correo electrónico personal.
- (f) Número de teléfono.
- (g) Copia de escritura de constitución para personas jurídicas.
- (h) Copia del nombramiento de representante legal para personas jurídicas.

### **Obtener el R.U.C. (Registro Único de Contribuyentes) en el SRI**

- (a) Original y copia a color de la cédula de ciudadanía.
- (b) Original y copia del certificado de votación.
- (c) Original y copia de planilla de agua, luz y teléfono.

Todas las creaciones que surjan en el hotel estarán protegidas por el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) tales como: marca, slogan, folletos, exposiciones, fotografías y temáticas.

## **Marco metodológico**

### **Enfoque**

De acuerdo al tipo de proyecto que se propone se aplica el enfoque cuantitativo. Gómez (2006) conceptualizó este enfoque como aquel que emplea la acumulación y el estudio de los datos para contestar las preguntas de la investigación, a su vez confía en la medición numérica, el conteo y el uso de la estadística para lograr establecer con exactitud los patrones de cierta población.

### **Tipo de investigación**

Rodríguez (2005) define la investigación descriptiva como aquella que muestra las realidades y su característica fundamental es la de mostrar un análisis verdadero. En este proyecto se aplicó la investigación descriptiva por medio de un estudio a los turistas que visitan el centro histórico de Quito y se describirá la aceptación de la creación de un hostel temático de música nacional por parte de los turistas nacionales e internacionales.

### **Método**

Para este proyecto se ha elegido el análisis deductivo. Para Bernal (2006) el análisis deductivo consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. Analiza teorías de validez para determinar posibles soluciones a hechos concretos. Se utilizó este método porque la investigación se basa en información de importancia académica para lograr encontrar la solución adecuada al problema

presentado, siempre partiendo de lo general para llegar al factor principal del problema planteado en la investigación.

### **Herramientas de investigación**

Para la recolección de datos se aplicaron las encuestas a los turistas que visitaron el centro histórico de Quito para conocer sobre sus preferencias y su aceptación acerca de implantar un hostel temático de música nacional ecuatoriana en esa área.

## **Capítulo II**

### **Análisis del entorno**

#### **Análisis P.E.S.T.A**

Es una herramienta de estudio de mercado compuesta por la inicial de cada uno de los elementos: político, económico, social, tecnológico y ambiental (Ventura, 2008).

#### **Político**

El actual gobierno presidido por el economista Rafael Correa Delgado, elegido democráticamente en el 2007 por medio del Ministerio de Turismo (2015) ha creado la Dirección de Inversión Turística la cual tiene la finalidad de implantar al país como un destino factible y fiable para la inversión de esferas altas y mostrar las inversiones turísticas actuales del país. El Ministerio de Turismo (2016) ha establecido un Plan Estratégico en el cual cada organización del ministerio tales como; Coordinación General de planificación, Viceministerio de Gestión Turística, Viceministerio de Promoción Turística tiene aprobado un presupuesto total de \$ 18,444,460.15 y muy aparte del área económica también existen avances en cuanto a la inclusión de las mujeres y personas con capacidades especiales en el turismo teniendo así una participación de las mujeres empleadas en la actividad de alojamiento y servicios de comida del 97.48 % y un avance del 100.00 % de inclusión de personas con discapacidades especiales.

El tema gubernamental, ofrece facilidades de ingreso como incentivos en la categoría hostel. Según FLACSO – MIPRO (2010) en su documento Boletín mensual de análisis sectorial detalla los incentivos como: la exoneración de impuestos por concepto de actos societarios, la exoneración de tributos a la transferencia de bienes inmuebles necesarios para los proyectos y la devolución de los derechos arancelarios por concepto de importación de bienes que no forman parte de la producción nacional. De igual manera, aquellas empresas turísticas que incurran en gastos de marketing en el mercado internacional, pueden deducir tales gastos de la base imponible del impuesto a la renta, que corresponde hasta el 5% del total de ingresos. (p. 14)

El proyecto radicaría en Quito por lo que es vital tomar en cuenta las políticas locales en cuanto al turismo, el desarrollo del sector turístico del Distrito de Quito

está a cargo de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico la cual está respaldada por el Municipio de Quito (2013), el cual ha establecido una política de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE) la cual aporta a la creación de un entorno favorable para las pequeñas y medianas empresas.

El estado ecuatoriano por medio del Ministerio de Turismo, ha brindado apoyo al sector turístico especialmente para convertir al país en un destino competitivo a nivel internacional y también ha apoyado a los emprendimientos turísticos formando un ambiente favorable tanto en el ámbito legal con la simplificación de permisos, económico con el importante gasto público e inversión en el sistema turístico y en lo social fomentando la igualdad de derechos y del buen vivir.

Existen en el país gremios en el ámbito turístico, se tiene la *Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo del Ecuador* (FENACAPTUR) la cual ayuda a todas las personas naturales o jurídicas que tienen relación con el turismo a presentarse ante las autoridades oportunas, respaldadas por la federación, todas las necesidades de su sector turístico. Otra institución es la Asociación de los Hoteles del Ecuador (AHOTEC) entre sus objetivos está principalmente apoyar y defender a las asociaciones hoteleras provinciales, y a sus socios, en los asuntos que competen con su actividad gremial. El presente proyecto, legalmente está dentro la denominación de pequeñas y medianas empresas (PYMES) las cuales se rigen en especiales resoluciones por parte de la alcaldía de Quito para los establecimientos ubicados en la ciudad.

En la provincia de Pichincha, se cuenta con la *Cámara de Turismo de Pichincha* (CAPTUR) la cual lidera y representa a los socios hoteleros, a su vez, brinda promoción al sector hotelero de la provincia. En el Distrito de Quito, la Empresa Pública Metropolitana de Gestión Turística (EPMGDT) está a cargo del manejo de la actividad del sistema turístico de la ciudad, asentamiento de políticas, promoción y desarrollo de productos con el fin de generar empleos e ingresos.

En cuanto a las competencias del sector hotelero dentro de las obligaciones del hostel está: el exhibir las placas de identificación, entregar al Ministerio de Turismo los datos, estadísticas e información mensual o anual y pagar la licencia de derechos de autor a *La Sociedad de Autores* (SAYCE) por el uso de músicas nacionales en el negocio.

## Económico

Una idea clara del escenario económico local al que la empresa se enfrenta, es vital para el desarrollo de las estrategias de mercado. El Banco Central del Ecuador (2016) estableció el producto interno bruto (PIB) del país correspondiente al primer trimestre del año en curso en \$ 17.113 millones y el PIB del sector de alojamientos y servicios de comida del periodo 2015 en \$ 1.725.958. El turismo se mantiene como la tercera fuente de ingresos no petroleros aportando un incremento de las divisas del 8,7% en el 2015 según La Nación (2015).

La promoción de Ecuador está dirigida hacia los turistas que gastan en los atractivos turísticos, en consecuencia, el gasto de los turistas que llegan a Quito entre uno y quince días es de \$75 según datos de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (2016). Los ingresos que deja la actividad turística en la economía es del 4,7 % del total y la inflación anual se ubica en el 1,63 % hasta el 2016 según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2016).

Tabla 1

*Inflación mensual correspondiente al 2015*

<b>Marzo</b> 3,76 %	<b>Abril</b> 4,32 %	<b>Mayo</b> 4,55%	<b>Junio</b> 4,87 %	<b>Julio</b> 4,36%	<b>Agosto</b> 4,14 %
<b>Septiembre</b> 3,78 %	<b>Octubre</b> 3,48 %	<b>Noviembre</b> 3,40 %	<b>Diciembre</b> 3,38 %		

*Nota:* Tomado de “Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos: Inflación mensual” por INEC, 2015.

La inflación anual a diciembre 2015 cerró en 3,38%. En el periodo actual, la inflación inició con un 3,09% correspondiente al mes de enero y mostró una disminución del 1,59 % hasta el mes de junio 2016.

## Social

De acuerdo al INEC (2016) la población total del Ecuador es de 16.546.249 ecuatorianos de los cuales 2.576.287 pertenecen a la provincia de Pichincha. Específicamente en el cantón de Quito habitan 1.619 millones. El estudio realizado por el INEC (2016) indica que la pobreza a nivel nacional se ubicó en 25,35%; la pobreza a nivel rural en 43,96% y la pobreza a nivel urbano en 16,63 %. En cuanto a la pobreza extrema, al mes de marzo del presente año se ubicó en \$84,25 anual y \$47,48 mensuales por persona.

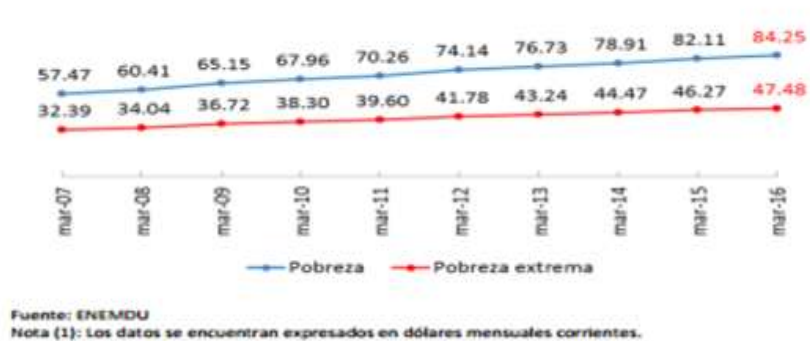


Figura 11. Línea de pobreza y pobreza extrema. Tomado de: Ecuador en cifras. Recuperado de: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2015/Marzo/Presentacion\\_pobreza%20y%20desigualdad%20marzo%202015.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2015/Marzo/Presentacion_pobreza%20y%20desigualdad%20marzo%202015.pdf)

Los últimos datos del INEC (2010), revela que en el aspecto social de Pichincha, existe un nivel igualitario tanto entre hombres y mujeres dentro de la PEA (Población Económicamente Activa) y el cantón más poblado es Cayambe. Específicamente, en la ciudad de Quito la pobreza es del 7,98%, la pobreza extrema es del 2,36% y existe un 3,6% de analfabetismo (INEC, 2010).

En relación a los turistas, el sistema Institucional de Indicadores Turísticos detalla que el 49% de las llegadas de visitantes al país es por motivos de vacaciones, ocio, y recreación. Quito en cifras menciona que el 67% de las visitas de turistas que llegaban a la capital fueron al Centro histórico de Quito, demostrando que la principal actividad que mueve a los turistas no residentes es el turismo cultural.

### Tecnológico

De acuerdo al INEC (20120) las herramientas tecnológicas utilizadas por la población de Pichincha son las siguientes: teléfono celular con un 87,2 %, internet un 60,6 %, computadora con un 31,6 % y las personas que utilizan internet con un 26,2 %. Al realizarse el estudio de mercado se corroboró estos datos, el 67,6 % respondieron que su establecimiento de hospedaje lo elegían mediante la internet, teniendo a este medio de comunicación como masivo para el marketing y promoción del Hostal.

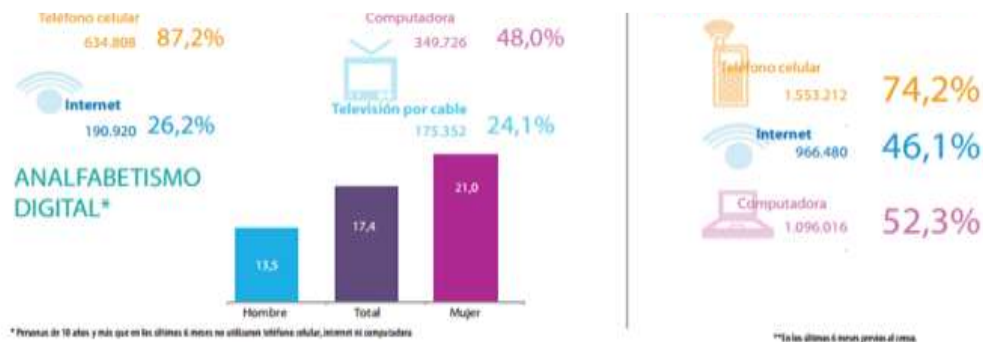


Figura 12. Tecnologías de la información y la comunicación en la Provincia del Pichincha. Tomado de: Instituto Nacional de Estadísticas (INEC), 2010, recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.gob>

## Ambiental

Alrededor del mundo existe una tendencia a preservar el medio ambiente mediante campañas y leyes que promulgan su conservación. En Ecuador se ha creado la Ley de Gestión Ambiental (Ministerio del Ambiente, 2004) la cual establece los principios de la política ambiental del país; determina las responsabilidades, participación privada y pública, límites, controles y sanciones. También, esta ley define las competencias del sector privado para proteger el medio ambiente. “Todas las obras privadas o mixtas que puedan causar impactos ambientales, serán calificadas antes de su ejecución por los organismos de control, conforme al Organismo Único de Manejo Ambiental” (Ministerio del Ambiente, 2004, p.4).

El Ministerio del Medio del Ambiente (2016), abarca cuatro áreas principales donde interviene: calidad ambiental, patrimonio natural, cambio climático y marino costero, manejando diversos proyectos en cada una de estas áreas; la ciudadanía también aporta por medio de la aplicación de las tres R: “Reduce, Reusa y Recicla” o reforestaciones en las áreas necesarias.

## Conclusión del Análisis PESTA

Políticamente, el cantón de Quito tiene un sistema de leyes y reglamentos internos que aportan a la calidad e inversión en los atractivos turísticos, situación que es respaldada por sus diversos galardones internacionales. Conjuntamente las políticas decretadas tienen su efecto en lo económico debido a que el aumento de visitas y gastos de los turistas han sido un significativo aporte al PIB de Quito. El

turismo ocupa el tercer puesto como ingresos no petroleros dentro de la balanza del país, esta situación ha tenido impacto social positivo debido a que los establecimientos de hospedaje son los que más mano de obra directa e indirecta. A su vez en el aspecto tecnológico no existe analfabetismo digital en Quito, los medios de comunicación son de carácter masivos y la labor del Ministerio del Ambiente en cuanto a la protección y cuidado de las áreas naturales y espacios verdes en la ciudad es eficiente y ha logrado ser parte importante de la belleza y conservación de los atractivos en Quito.

## **Análisis del Micro entorno**

### **Las cinco fuerzas de Porter**

El análisis del micro entorno comprende el análisis de la industria, que a través de las cinco fuerzas de Porter, permite evaluar la competitividad de la misma y analizar la factibilidad del proyecto. De acuerdo a lo expresado por Amaya (2005), las cinco fuerzas propuestas por Michael Porter son:

- a) Competencia potencial, amenaza de entrada de nuevos competidores.
- b) Competidores en la industria, la rivalidad entre competidores.
- c) Proveedores, poder de negociación de los proveedores.
- d) Compradores, poder de negociación de los compradores.
- e) Productos sustitutos, amenaza de ingreso de productos sustitutos.

### **Competencia potencial: amenaza de entrada de nuevos competidores**

Según la Dirección de Calidad y Asistencia Técnica en la ciudad de Quito, el catastro del año 2015 registró 5229 establecimientos de alojamiento. La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (2015) registra una tasa de ocupación de hostales de primera del 51,60%. Estos datos muestran el crecimiento en la inversión hotelera, lo cual brinda dos puntos a analizar: El aumento de hostales en la ciudad indica que existen facilidades para ingresar al sector de establecimientos turísticos porque en el 2015 se registró 5229 establecimientos versus los 4909 en el 2014 lo que conlleva a hacer un análisis de la situación actual de los establecimientos de hospedaje en Quito para conocer qué barreras deben superarse con el fin de posicionarse en la mente de los consumidores.

Otros datos proporcionados también por Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico en Quito (2016) informan que los visitantes (residentes y no residentes) permanecieron un promedio de 1,59 noches en un hotel de la ciudad, además del costo de habitación ocupada por turistas fue de \$74. Esta fuente brinda un



panorama de la realidad en la hotelería de la capital. Una tasa de ocupación estable, amplia inversión hotelera, perfil de gasto promedio y cifras alentadoras para la realización del proyecto, pues muestran rentabilidad.

La dirección de calidad y asistencia técnica de la ciudad de Quito (2015) concluyó que el número de habitaciones instaladas ha crecido en un 11% en relación al 2014. La ciudad cuenta con 14.450 habitaciones, motivo por el cual la posibilidad de ingresar para los establecimientos de alojamiento es favorable.

Debido a las nuevas inversiones en el sector hotelero es posible encontrar amenaza de nuevos competidores. En otra instancia el precio estandarizado en el mercado hace que se establezca una visión realista de cuál sería el precio con el que la competencia ingresaría, concluyendo que la amenaza de entrada de nuevos competidores es alta.

### **La rivalidad entre competidores en la industria**

Al analizar la rivalidad entre competidores se encuentra que en el sector del centro histórico de Quito, existen varios lugares de hospedaje los cuales ofrecen variedades para cada gusto, el Hotel Inca Imperial es el más cercano a la realidad hotelera de éste análisis, debido a que toda la temática del hotel es la cultura Inca, desde las habitaciones hasta los espacios de restauración, recepción, lobby, entre otros. El Hotel Vieja Cuba es otra de las opciones mejor criticadas en el listado de los viajeros online, cuya temática son las estructuras de las casas antiguas de Cuba, además que el principal motivo de su éxito se debe a la atención personalizada de cada huésped.

El ingreso aproximado por habitaciones vendidas ascendió a 79.9 millones de dólares en el 2013 en el Distrito Metropolitano de Quito. Esta cantidad muestra la rentabilidad del servicio hotelero en la capital, al mismo tiempo que la alta competencia por lo cual se compara que la posibilidad de ingresar hoteles al sector de Quito es alta debido a su reñida competencia.

### **Poder de negociación de los proveedores**

Al momento de elegir un proveedor existen amplias variedades de prestadores de productos para el abastecimiento del establecimiento, de esta manera se conoce que el poder de negociación de los proveedores es bajo debido a que no son los únicos en el mercado, sin embargo, se debe ser cauteloso al elegir un proveedor que sea cumplido y eficaz, además de leal.

## **Compradores, poder de negociación de los compradores**

De acuerdo a la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (2016) el 61% de los turistas de Quito tienen instrucción en educación superior, lo cual muestra que mediante el uso de tecnologías ayuda al visitante a informarse sobre los precios del hospedaje local y lugares que desea conocer durante su estadía. Entonces éste comprador tiene alto poder de negociación por lo cual el servicio a ofrecer no sólo debe ser el mismo del mercado sino que ganar la valorización del futuro huésped.

## **Amenaza de ingreso de productos sustitutos**

Según los datos proporcionados por la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (2016) en los hoteles y hostales, los dos principales canales de distribución del destino Quito son: Familiares y amigos con un 41% y fuentes de Internet con un 37%. Esto comprueba el crecimiento en la necesidad de hospedaje, por lo tanto, las casas de huéspedes podrían elevarse en los próximos años, siendo una amenaza de productos sustitutos.

En la entrada de servicios sustitutos, se evaluó los posibles servicios de hospedaje que puedan reemplazar al hostel temático de la música ecuatoriana, y se encontró que existe una Casa de Huéspedes en las cercanías del Centro histórico de Quito, cuyo valor es de \$37 dólares la noche, el ambiente es estilo casa, y con servicios básicos, no obstante, sólo se encontró este lugar en funcionamiento, su máxima capacidad es de 5 habitaciones.

## **Conclusión del análisis de las fuerzas de Porter**

Se concluye que existen amenazas altas para ingresar al mercado hotelero y la demanda turística se eleva cada vez más, por lo cual será importante destacar entre los demás servicios hoteleros para conseguir surgir en medio de tanta competencia.

A partir del concepto anterior se desea resaltar la importancia que un servicio personalizado acompañado de un elemento diferenciador tiene, y que será la clave para abrirse camino en el mercado hotelero del Distrito Metropolitano de Quito. Por tal razón, el elemento diferenciador del hostel temático de la música ecuatoriana no sólo será el espacio único que permite al huésped vivir toda la experiencia de la música sino también el servicio adicional de estudio de grabación en el hostel que permitirá al visitante interpretar la canción que desee grabar para inmortalizar su

viaje, en otras palabras no sólo la experiencia de vivir la música sino de ser parte de la misma.

Un ejemplo de elemento diferenciador sería el caso reciente visto en la página [hosteltour.com](http://hosteltour.com) (2016) cuyo artículo “Tecnología para mejorar la competitividad hotelera” relata lo que pretende el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) al combinar la hotelería con un servicio que brinda la capacidad de personificar los espacios del cliente a través de impresiones en formatos grandes. En otras palabras, papel magnético que ayuda a cambiar los espacios de una forma sencilla, el huésped será provisto de diferentes opciones y podrá elegir el fondo que desea para su habitación. Esta idea dinamiza el servicio hotelero, y además permite que los salones de eventos o cualquier lugar del hotel puedan ser cambiados. Además, la misma muestra como la personificación del servicio hotelero puede elevar la demanda. En el caso de este proyecto, el elemento diferenciador es el servicio que se ofrecerá en el estudio de grabación y que fue descrito en el párrafo anterior.

### **Diseño de Investigación**

Existen dos tipos de diseños en la investigación: diseño no experimental y experimental. De acuerdo a los autores Toro y Parra (2006) los diseños no experimentales en la investigación son aquellos que se realizan sin manipular las variables en forma intencionada, es decir se observa los sucesos tal y cual como suceden, para después estudiarlos. En cuanto, a los diseños experimentales Montgomery (2004) define al diseño experimental como una investigación o series de investigaciones donde se inducen cambios deliberados en variables de manera que sea posible identificar las causas de los cambios en la respuestas. Por lo tanto, el diseño de esta investigación es no experimental porque se observará las preferencias del turista sin manipularlas solo estudiarlas para generar un estudio en base a ellas.

### **Población de Estudio**

Según Gallegos, Fuentelsaz, Icart y Pulpón (2006) la población o universo es el grupo de sujetos que tienen ciertas condiciones las cuales se desean estudiar. La población de estudio de este proyecto son todos los turistas tanto nacionales e internacionales que ingresan a la ciudad de Quito y son la cantidad de 771.979 durante todo el 2015 según las estadísticas de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (2015).

## Muestra

Perelló (2011) indica que cuando no es posible calcular a cada uno de los sujetos de una población se adquiere una muestra característica que reúna las partes que representan al todo por consiguiente representan las cualidades de la población de donde fue extraída. De acuerdo a Moivre (1733) para obtener el tamaño de la muestra se utiliza la siguiente fórmula (Citado por Vivanco, 2005).

$$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

Detallando:

n = el tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

$\sigma\sigma$  = cuando no se tiene un valor, se utiliza el valor constante 0,5

Z = el valor de niveles de confianza, si no existe un valor, se suele tomar el 95% de confianza el cual equivale a 1,96.

e = el valor de error muestral, se utiliza un valor entre 1% y 9 %. Este valor queda a criterio del encuestador.

Se tiene N = 771.979 para Z = 1,96 y como no se tienen los demás valores se tomará  $\sigma\sigma = 0,5$  y e = 0,05.

Reemplazando la fórmula se tiene:

$$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2 Z^2} = \frac{N \sigma^2 Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

$$n = \frac{771.979 \times 0.5^2 \times 1.96^2}{0.05^2(771.979 - 1) + 0.5^2 \times 1.96^2} = 383$$

Se establece que la muestra de esta investigación corresponde a 383 visitantes nacionales e internacionales de la ciudad de Quito. Para efectos de mayor precisión en la aplicación de la encuesta se realizaron 383 encuestas: 180 encuestas a visitantes nacionales y 203 a visitantes extranjeros durante 2 fines de semana.

## Tipos de Muestreo

Los tipos de muestreo se dividen en dos grupos generales, muestreo probabilístico y determinístico. Agorreta (2012) definió el muestreo probabilístico

como aquel en el cual todos los individuos de la población tienen la oportunidad de ser elegidos, es más objetivo, a la vez más costoso, genera más tiempo y es complicado de aplicar, de este tipo de muestreo surge el no probabilístico, el que se usa cuando el muestreo probabilístico es demasiado costoso. En cuanto, al método determinístico es aquel que implica un juicio personal algunas veces del recopilador de información o del investigador.

Según los tipos de muestreos explicados por los autores, dentro de la investigación se emplea el muestreo determinístico y el probabilístico aleatorio, ya que en base a un criterio profesional se escogió como lugar para seleccionar a los sujetos investigados al Centro Histórico de Quito, que es el atractivo más visitado de la ciudad. En dicho lugar, a los encuestados se los eligió de manera aleatoria. En el apéndice se muestran los formatos de la encuesta en versión inglés y español.

### **Interpretación de los resultados**

Se encuestó a 383 personas de los cuales 180 son turistas nacionales y 203 turistas extranjeros con el fin de obtener resultados que servirán en la segmentación del mercado dentro del plan de marketing. En otras palabras, conocer si este proyecto tiene la aprobación de los turistas nacionales y extranjeros, los servicios que los huéspedes les gustaría encontrar en el hostel, sus maneras de elegir hospedaje en la ciudad de Quito y los rangos de precios que estarían dispuestos a pagar por el servicio. A continuación, se presentan los resultados.

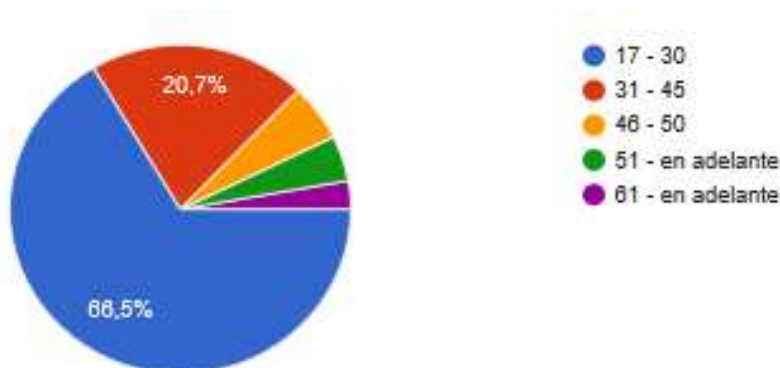


Figura 13. Edad de los turistas nacionales.

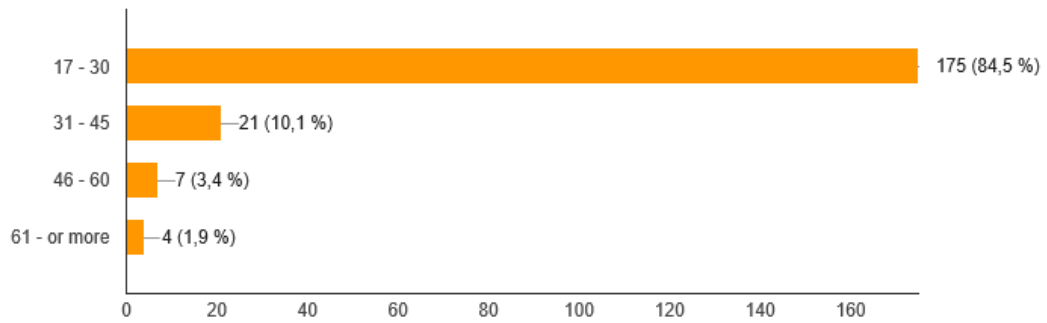


Figura 14. Edad de los turistas extranjeros.

Los rangos de edad fueron distribuidos de la misma manera tanto para turistas nacionales como para los extranjeros. Se encuestó a visitantes a partir de los 17 años sin límite de edad, los rangos se dividen de la siguiente manera: de 17 a 30, de 31 a 45, de 46 a 60 y de 61 años en adelante, todos visitantes del Distrito Metropolitano de Quito.

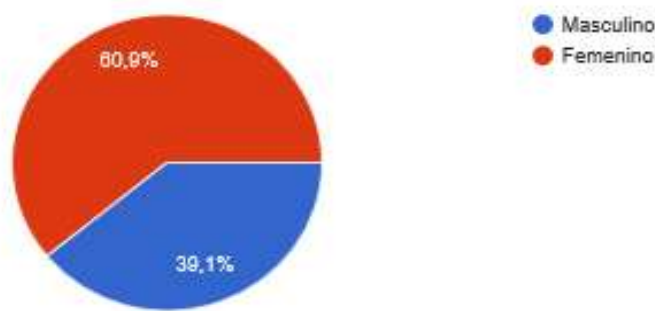


Figura 15. Género de los turistas nacionales.

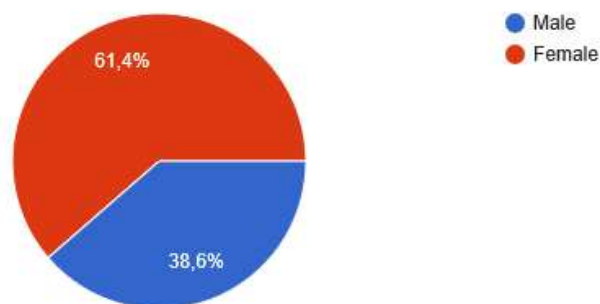


Figura 16. Género de los turistas extranjeros.

En ambos resultados se puede apreciar que el 60,9% de los visitantes de la ciudad de Quito encuestados fueron hombres, y el 39,1% restantes fueron mujeres, entre nacionales y extranjeros.

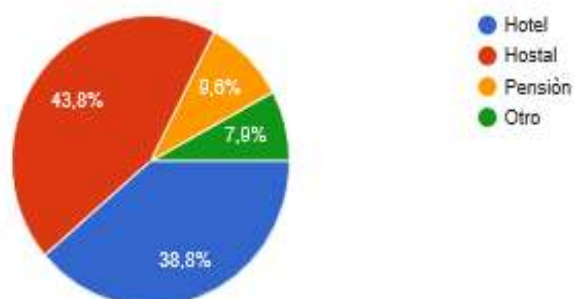


Figura 17. Establecimiento de hospedaje donde se encuentra, turistas nacionales

En cuanto a las opciones de hospedaje se aprecia que el 43,8% de los turistas nacionales prefieren hospedarse en un hostel, mientras que el 38,8% buscan un hotel para pasar la noche, y tan sólo el 9,6% prefieren pasar la noche en una pensión y el 7% buscan otra alternativa para hospedarse siendo ésta departamento propio o con un familiar.

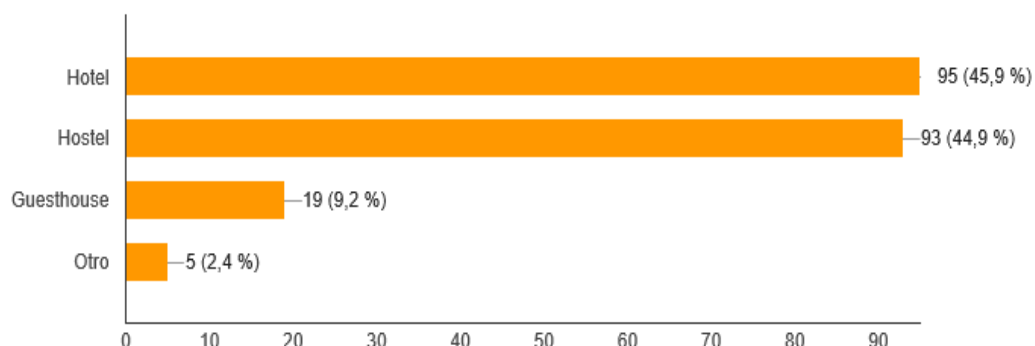


Figura 18. Establecimiento de hospedaje en que se encuentra, turistas extranjeros

Por otra parte los turistas extranjeros al momento de elegir su alternativa para pernoctar eligieron en un 45,9% un hotel cerca de los atractivos de su interés; otros eligieron en un 44,9% un hostel para pasar la noche; sólo el 9,2% eligieron casa de huéspedes y el 2,4% otro tipo de hospedaje.

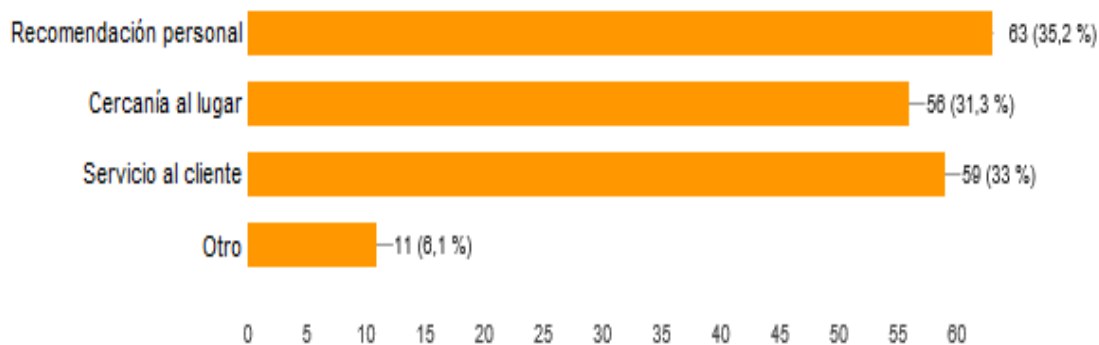


Figura 19. Factores que influyeron para la elección del establecimiento de hospedaje, turistas nacionales

En cuanto a los turistas nacionales el 35,2% basaron su elección de hospedaje en recomendación personal, muy seguido el 33% que eligió de acuerdo al servicio al cliente que ofrece el establecimiento, el 31,3% eligieron el lugar de su estadía de acuerdo a la cercanía a un punto en específico, y el 6,1% restante eligió de acuerdo a otra variante, que por lo general fue descrita como precio.

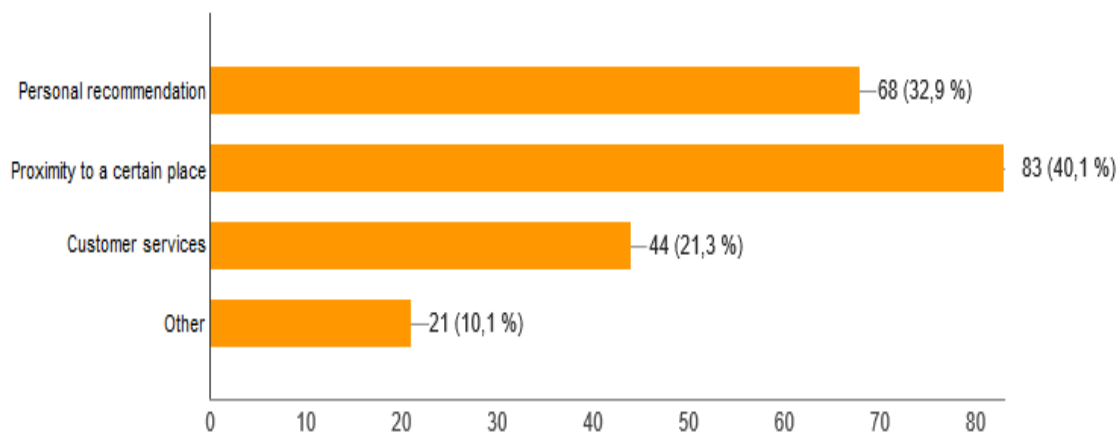


Figura 20. Factores que influyen para la elección del establecimiento de hospedaje de los turistas extranjeros.

En cuanto a los turistas nacionales, el 40,1% eligió el lugar para hospedarse por la proximidad a cierto lugar, es decir, a un lugar por el que deseen ir en su visita, el 32,9% lo eligió por recomendación personal, mientras que el 21,3% eligió por la calidad del servicio al cliente que se ofrece, y tan sólo un 10,1% eligió por otros motivos comentando que uno de esos motivos era por el factor precio.



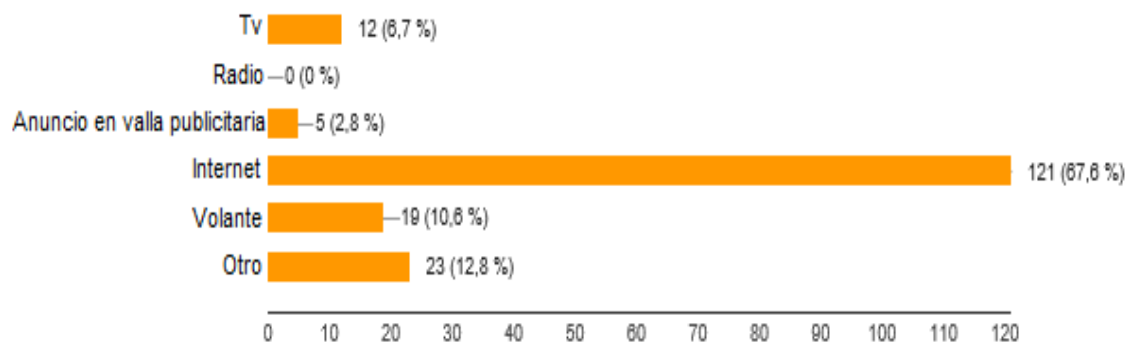


Figura 21. Medios de comunicación que influyeron en la decisión de estadía de los turistas nacionales.

El 67,6% de los turistas nacionales eligieron su lugar de estadía por medio del Internet, un 12,8% eligió por otros motivos que comentaron eran por el precio, el 10,6% de los visitantes nacionales eligió su lugar de estadía por tener papeles volantes, el 6,7% eligió su establecimiento por un anuncio visto en TV, el 2,8% eligió por anuncios en vallas publicitarias y ninguno por radio.

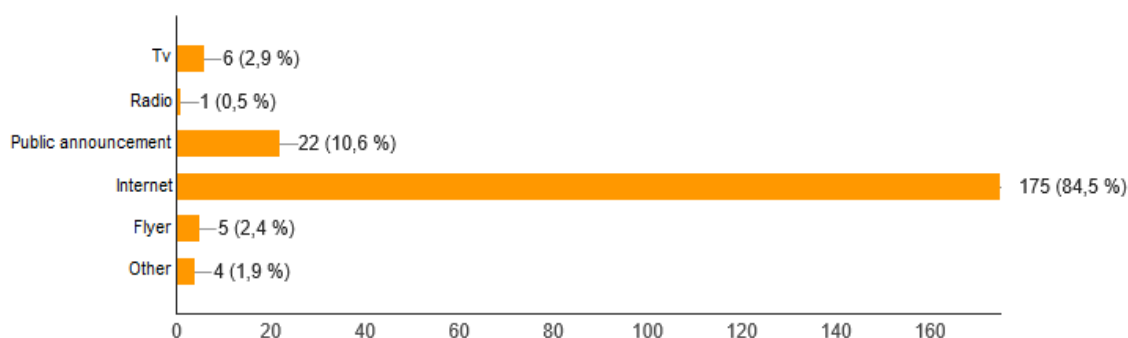


Figura 22. Medios de comunicación que influyeron en la decisión de estadía de los turistas extranjeros.

El 84,5% de los turistas extranjeros eligieron su lugar de hospedaje por medio de páginas de Internet, el 10,6% lo eligió por anuncios públicos, el 2,9% lo eligió por un anuncio en TV, el 2,4% eligió por volantes, el 1,9% eligió por otros medios de los cuales detallaron que era recomendación personal y el 0,5% lo eligió por un anuncio en la radio.

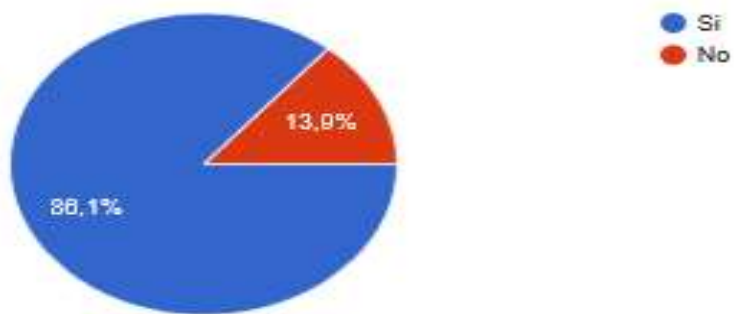


Figura 23. Turistas nacionales que han escuchado música nacional de Ecuador durante su estadía.

El 86,1% de los turistas nacionales si han escuchado música ecuatoriana durante su paso por el país, mientras que el 13,9% de ellos no han escuchado música nacional.

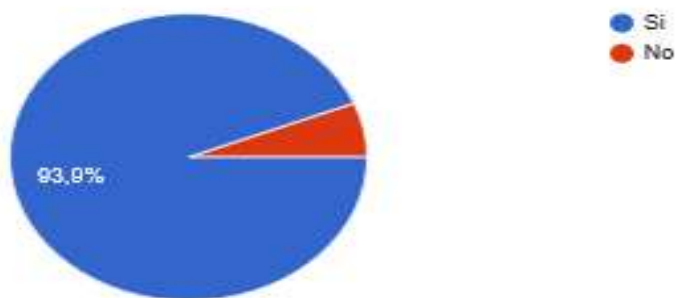


Figura 24. Turistas extranjeros que han escuchado música nacional de Ecuador durante su estadía.

Por otra parte, el 56,5% de los turistas extranjeros no escuchan música nacional de Ecuador durante su estadía en el país, y el 43,5% si han escuchado música nacional pero mencionaron que no se distingue cuál es el género nacional confundiendo con otros géneros de América Latina.

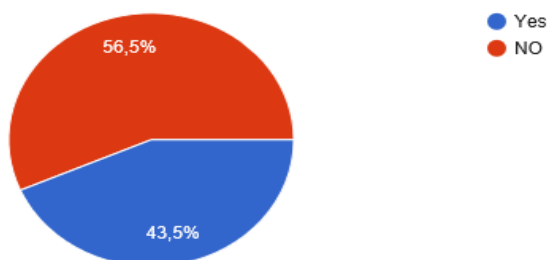


Figura 25. Turistas nacionales que les gustaría conocer la música nacional de Ecuador a través de un hostel temático cuya decoración y servicios sean enfocados en dicha temática.

Como se puede apreciar, el 93,9% de los turistas nacionales les gustaría conocer la música ecuatoriana por medio de un hostel temático de la misma, mientras que el 6,7% opinó que no le gustaría.

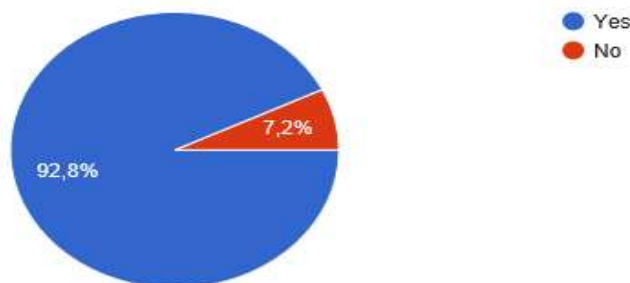


Figura 26. Turistas extranjeros que les gustaría conocer la música nacional de Ecuador a través de un hostel temático cuya decoración y servicios sean enfocados en dicha temática.

Por otra parte, de los turistas extranjeros el 92,8% opinó que si le gustaría conocer la música nacional de Ecuador por medio de un hostel temático de la música, mientras que el 7,2% opinó lo contrario.

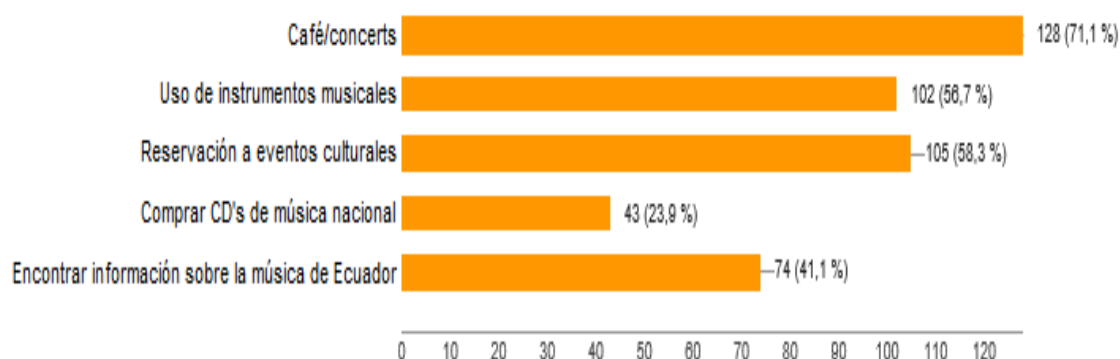


Figura 27. Servicios que les gustaría encontrar en el hostel mencionado anteriormente, turistas nacionales.

En esta pregunta se dio a elegir hasta tres opciones de servicios, teniendo así, el 71,1% de los turistas nacionales que como servicio dentro del hostel les gustaría contar con un espacio para café concerts, el 58,3% les gustaría contar con un servicio que les permita hacer reservaciones a eventos culturales, el 56,7% les gustaría contar con un espacio donde puedan dar uso a instrumentos musicales, otro 41% les gustaría encontrar información sobre la música ecuatoriana y un 23,9% les gustaría comprar CDs con música nacional en el establecimiento.

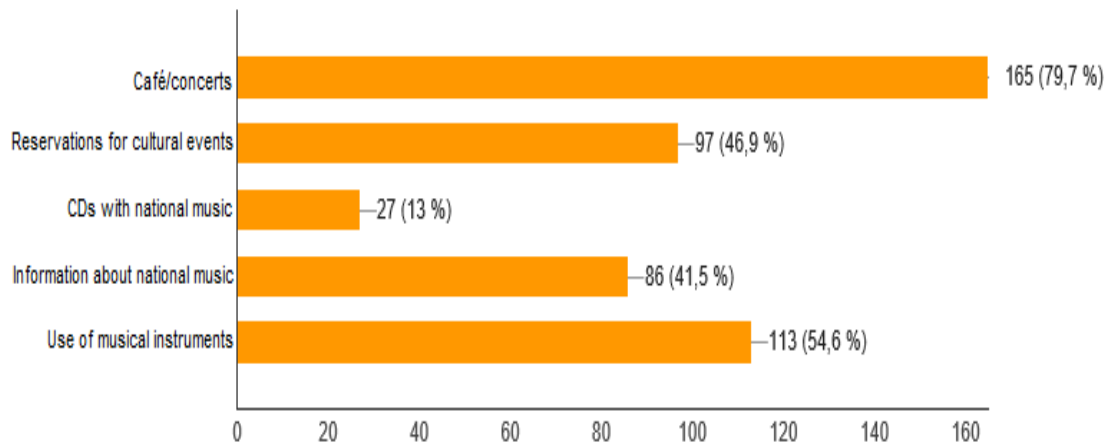


Figura 28. Servicios que le gustaría encontrar en el hostel mencionado anteriormente, turistas extranjeros.

El mismo método se utilizó para los turistas extranjeros, es decir, que elijan hasta tres servicios que les gustaría hallar en el hostel mencionado en las preguntas anteriores, y como resultado al 79,7% les gustaría disfrutar de café-concerts, el 54,6% quieren usar instrumentos musicales en el establecimiento, el 46,9% quiere un servicio de reservación a eventos culturales, y otro 41,5% les gustaría encontrar información sobre la música ecuatoriana, mientras que el 13% de los turistas extranjeros quieren tener a su alcance la compra de CD's con música nacional de Ecuador.

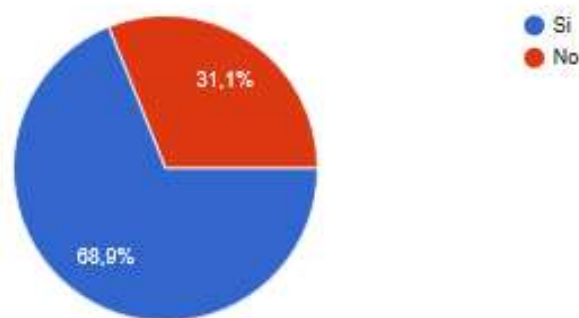


Figura 29. Servicio adicional de estudio de grabación, turistas nacionales.

El 68,9% de los turistas nacionales están de acuerdo en el servicio adicional de estudio de grabación que les permita grabar una canción durante su estadía, mientras que el 31,1% dicen que no les gustaría.

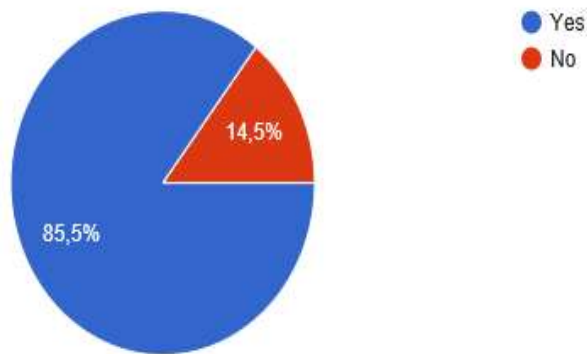


Figura 30. Servicio adicional de estudio de grabación, turistas extranjeros.

En cuanto a turistas extranjeros, el 85,5% dicen que sí les gustaría contar con un estudio de grabación que les permita grabar canciones durante su viaje como servicio adicional, el 14,5% dicen que no estarían dispuestos.

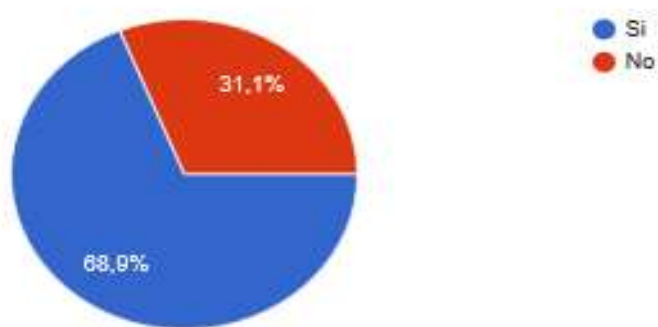


Figura 31. ¿Pagaría por un servicio de hospedaje en el hostel temático con desayuno incluido?

El 82,2% de 180 personas, turistas nacionales contestaron que sí les gustaría pagar por este servicio de hospedaje, mientras que el 17,2% dicen que no pagarían.

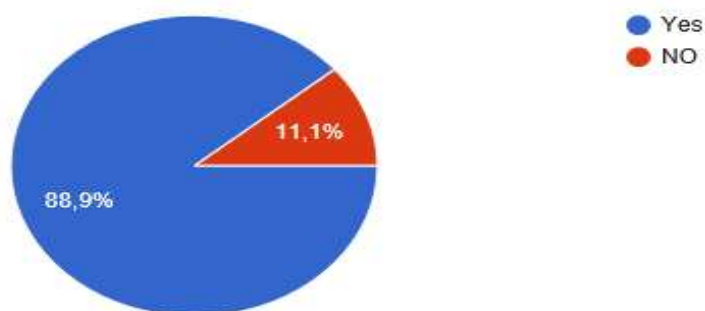


Figura 32. ¿Pagaría por un servicio de hospedaje en el hostel temático con desayuno incluido?

El 88,9% de 203 personas, siendo más específicos turistas no residentes dijeron que si estarían dispuestos a pagar por este servicio, mientras que el 11,1% dijo que no pagarían.

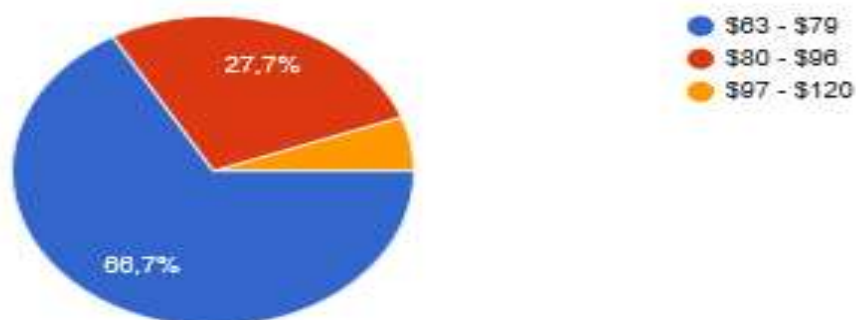


Figura 33. Si pagaría por los servicios anteriores, cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche, turistas nacionales.

Se utilizó para esta pregunta que fue dirigida a los turistas nacionales, un rango de precios que va desde \$63 a \$79, de \$80 a \$96 y de \$97 a \$120 considerando los precios de los hostales con esta modalidad por noche, teniendo un resultado de 66,7% en el rango de \$63 a \$79; el 27,7% en el rango del \$80 a \$96, y por último el 5,6% eligió el tercer rango de precios que va desde \$97 a \$120.

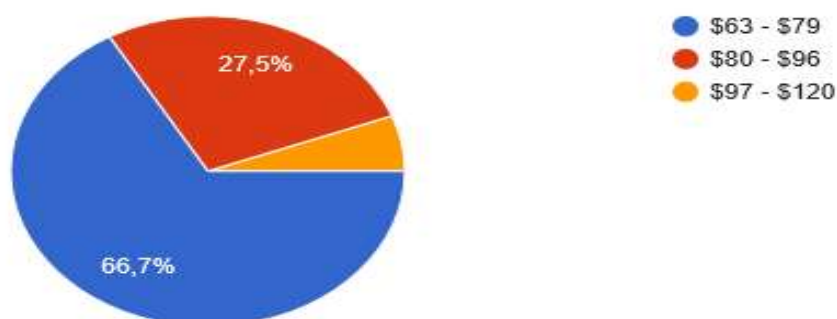


Figura 34. Si pagaría por los servicios anteriores, cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche, turistas extranjeros.

Se utilizó para esta pregunta que fue dirigida a los turistas extranjeros, el mismo rango de precios, de los cuales el 66,7% dijo que estaría dispuesto a pagar en un rango de \$63 a \$79 por noche, el 27,5% dijo que preferiría pagar desde \$80 a \$96 la noche y tan sólo un 5,8% dijo que estaría dispuesto a pagar el tercer rango de \$97 a \$120.

## **Conclusión del estudio del Micro entorno**

En conclusión el estudio arrojó los siguientes datos sobre el mercado meta. La mayoría los turistas nacionales e internacionales pertenecen al género femenino, están en una edad entre los 17 y 30 años, todos los servicios consultados fueron de su agrado teniendo mayor aceptación el café/concerts y acceder a un estudio de grabación, ellos eligen hostales o hoteles cuando viajan y lo que interfiere en estas decisión para los turistas internacionales es la proximidad a los atractivos, mientras que para los nacionales, es la recomendación personal. Ambos turistas concuerdan que un factor que también influye en su decisión sobre el hospedaje es el Internet. En cuanto a la aceptación de la idea del emprendimiento, si les gustaría conocer por medio de un hostel temático la música ecuatoriana debido a que la mayoría de turistas internacionales no la han escuchado nunca y los nacionales si la han escuchado pero igual les gustaría conocer más, concordando que pagarían una tarifa entre los \$63 y \$79 por una noche en un hostel temático de música nacional del Ecuador incluido el desayuno y los servicios adicionales.

Se concluye que la aceptación por parte de los turistas nacionales e internacionales que visitan el Distrito Metropolitano de Quito es favorable para la elaboración de este emprendimiento impulsando a la realización del análisis financiero para determinar la factibilidad de la propuesta.

## Capítulo III

### Propuesta del proyecto

#### Nombre de la empresa

Ecuadorian Hostel Music, Raíces Melódicas

#### Logo & Slogan



*Figura 35. Logo*

El slogan será “Vive la música”

#### Misión

Brindar el servicio de hospedaje que complazcan las expectativas del huésped mediante un ambiente que va acorde a la temática de Música Nacional del Ecuador.

#### Visión

Ser una empresa líder en el mercado de hotelería ecuatoriana que ofrece un servicio de hospedaje temático de música nacional, satisfaciendo al huésped en sus necesidades para alcanzar un reconocimiento en la ciudad.





Figura 36. Organigrama.

El hostel contará con un administrador el cual será el encargado del manejo del personal y administrará todas las áreas del hostel temático; a su vez el administrador contará con la o el recepcionista, estará a cargo de la supervisión de las áreas y como principales obligaciones estarán recibir, orientar al huésped, ayudarlo en lo necesario y en el manejo de reportes del estado de las habitaciones emitido por la ama de llaves a cargo de las 12 habitaciones, la misma que contará con una ayudante que estará bajo su cargo, le brindará ayuda en la limpieza de las habitaciones y en la elaboración de reportes de estado de las mismas. Por último, se contará con un cocinero que elabore el menú, prepare los desayunos para los huéspedes, emite las órdenes de comprar de alimentos y bebidas y registre las requisiciones de los mismos, tanto las órdenes como las requisiciones las entregará al administrador.

## **FODA**

Se empleará el análisis del método FODA como una herramienta útil para el análisis de la situación competitiva del proyecto.

### **Fortalezas**

- Proyecto original e innovador.
- Ambiente de cultura musical.
- Precios accesibles al mercado meta.
- La localización del proyecto es accesible para el turista.

### **Oportunidades**

- Vasto mercado de turistas extranjeros que visitan Quito con fines culturales.
- Protección a las microempresas turísticas por parte del estado.

### **Debilidades**

- Al ser un proyecto nuevo para las inversionistas, se dispone de poco capital propio para empezar a operar.
- Un bajo presupuesto para mejorar el proyecto en cuanto a servicios adicionales para expandir los servicios entorno a la música nacional.

### **Amenazas**

- Inesperados cambios en los valores de los aranceles e ordenanzas que afecten en la operación del negocio.
- Crisis económica a nivel internacional que se detengan la entrada de turistas a la ciudad de Quito.
- Posibilidad de imitación del concepto de negocio por parte de competidores en el sector hotelero.

## Estudio Técnico

### Localización

La macro localización del Ecuadorian Hostel Music es en el centro histórico de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha. La micro localización del proyecto es en el área de la ronda entre las calles Vicente y Venezuela.

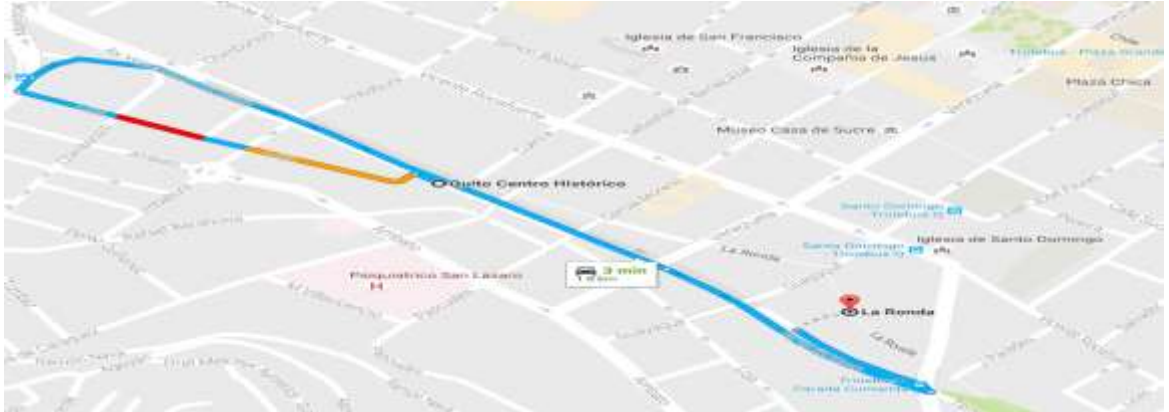


Figura 37. Localización. Tomado de: Google Maps, 2016, recuperado de: <https://www.google.com>.

### Distribución y Fachada de Ecuadorian Hostel Music

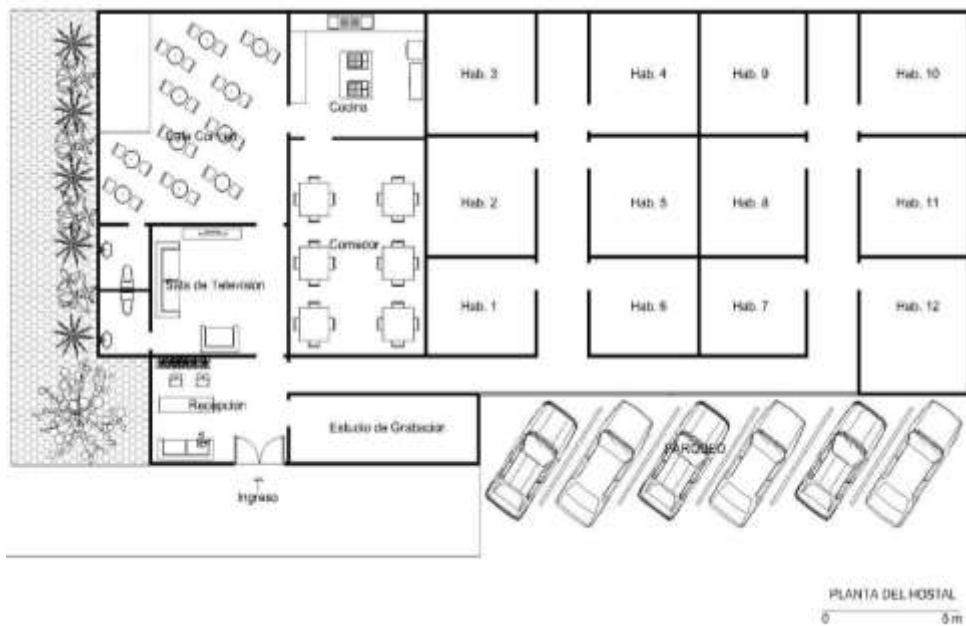


Figura 38. Distribución



*Figura 39. Fachada*



*Figura 40. Planta baja*

## **Horario de funcionamiento**

El horario de funcionamiento será de lunes a domingo desde la 00:00 a.m. a 24:00 p.m.

## **Control de calidad**

El control de calidad se basa en varios procesos implementados por la empresa en mira de la excelencia, iniciando por los colaboradores en el proceso de la elaboración del servicio y sus conocimientos en el manejo e historia de los instrumentos musicales así como el servicio al cliente. Consecuentemente, la calidad

también radicará en brindar constantemente servicios innovadores que estén acordes con la temática del hostel para generar la experiencia de cultura musical ecuatoriana para lograr que el huésped sienta que su dinero fue bien invertido por realizar varias actividades dentro del hostel y fuera del mismo, quiera regresar y recomendar el lugar a sus familiares y amigos. También, sirve para detectar errores internos que sean identificados antes de llegar al huésped y lo más importante resolverlos de forma rápida y eficaz. La calidad se va medir por medio de encuestas de satisfacción del cliente entregándole al final descuentos e incentivos por su colaboración.

En Quito, actualmente existe la denominación “Q” para los establecimientos turísticos que cumplen con varias normas de calidad y cumpliendo estas normas se adquiere la “Q” la cual es dada por el municipio de Quito a través de la Empresa pública de gestión de destino turístico. Para obtener esta denominación se debe cumplir con los siguientes requisitos de acuerdo a la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (2015):

- (a) Cumplir con la normativa nacional y local vigente de acuerdo al tipo de actividad turística.
- (b) Contar con el registro turístico y constar como activo dentro del catastro de establecimientos turísticos de Quito.
- (c) Llenar el formulario de aplicación.

### **Políticas de calidad**

En el compromiso para responder la necesidad en forma absoluta, la calidad se práctica con los siguientes principios:

- a) Entendimiento pleno de las responsabilidades que el puesto implica.
- b) Creatividad e innovación como parte de la oferta de servicios para el desarrollo continuo.
- c) Coherencia total entre lo que se vende y lo que se práctica.
- d) Índices de eficiencia por departamento como medida de control para el uso consciente de los materiales y el rendimiento.
- e) Comunicación entre los clientes internos y externos por medio de un lenguaje sencillo, claro, oportuno y eficaz para ofrecer un servicio excelente.

### **Segmentación del mercado**

La segmentación de mercado se realizó en función de los siguientes criterios:

Tabla 2

*Segmentación del mercado*

Edad	17 – en adelante
Sexo	Femenino y Masculino
Región	Sierra
Nivel económico	Medio – alto
Perfil	Turistas nacionales o extranjeros que visitan el Distrito Metropolitano de Quito.

## **Estrategias de Marketing Mix**

### **Precios**

Estos precios se establecieron de acuerdo a la tarifa promedio actual de los hostales en Quito, la cual fue publicada por la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico.

Tabla 3

*Precios del servicio de alojamiento*

<b>Tipos de habitacion</b>	
Hab. Sencilla	5
Hab. Doble	3
Hab. Triple	3
Hab. Matrimonial	1

Tabla 4

*Precios de actividades complementarias*

<b>Actividades complementarias</b>	<b>Precio Unitario</b>
Estudio de grabación	\$ 20,00
karaoke (3 canciones)	\$ 0,50
Uso de instrumentos musicales	\$ 3,00
Clases de baile	\$ 2,00
Venta de CD'S	\$ 17,00
Venta de artesanías musicales	\$ 5,25
Foto recuerdo	\$ 1,50

Tabla 5

*Precios del servicio de alimentos y bebidas*

<b>Desayunos</b>	<b>Precio Unitario</b>
Americano	\$ 4,85
Continental	\$ 4,85
Buffet	\$ 10,00
Brunch	\$ 4,95
Sierra	\$ 4,98
Amazonía	\$ 7,35
Galapagos	\$ 7,00
Costa	\$ 5,89
<b>Bebidas</b>	<b>Precio Unitario</b>
Café expresso	\$ 2,00
Aguas aromaticas	\$ 1,15
Batidos	\$ 1,50
Costa. Jugo tropical	\$ 1,80
Costa. Jugo All you need is Ecuador	\$ 2,90
Sierra. Jugo de tomate de árbol	\$ 2,00
Sierra. Canelazo	\$ 3,00
Amazonía. Chicha Tuxuri	\$ 2,00
Amazonía. Chonta	\$ 3,25
Amazonía. Salpicón de moras	\$ 3,35
Amazonía. Rompe Nucas	\$ 3,50
Amazonía. Jucho	\$ 3,00
Amazonía. Jugo de caña	\$ 2,25
Gaseosas	\$ 1,25
Cerveza	\$ 2,00
Paquete de cigarrillos	\$ 2,00
<b>Snacks</b>	<b>Precio Unitario</b>
Ensalada de frutas tropicales	\$ 1,80
Chocolates Pacari. Caja	\$ 20,00
Melcocha Pacari. Caja	\$ 7,50
Costa Snack. Mani	\$ 1,25
Costa. Encocada	\$ 2,80
Costa. Arequipe	\$ 2,75
Costa. Caña	\$ 2,75
Sierra. Habas confitadas	\$ 1,95
Sierra. de Garbanzos	\$ 1,75
Sierra. Quimbolitos	\$ 1,45
Oriente. Mini Tonga	\$ 3,25
Oriente. Fruta de Pan	\$ 2,20
Oriente. Porción de pastel de tapioca	\$ 3,00

## **Plaza**

La plaza será el casco histórico del distrito metropolitano de Quito, debido a que es el lugar más concurrido por los turistas nacionales e internacionales con acceso a transportación y a otros lugares de interés cultural y turísticos. En cuanto a los medios de ventas se utilizará: tripadvisor, triviago.com, Booking.com, LonelyPlanet.com, Expedia.com, Despegar.com, Kayak.com, Airbnb.com y Priceline.com.

## **Promoción**

En cuanto a la promoción del Ecuadorian Hostel Music se empleará por medio de: Facebook, twitter, Instagram y la página web propia del hostel.

## **Presupuesto de marketing**

En cuanto al presupuesto del marketing, se enfocó principalmente en las ventas. Para ello se usará los siguientes medios: Tripadvisor, Trivago, Booking, Lonely Planet, Expedia, Despegar, Kayak, Priceline y Airbnb estas páginas de ventas cobrarán una comisión del 12%; solo tripadvisor es totalmente gratuita para los establecimientos turísticos sobre sus reservas. En lo referente a la promoción se usará solamente las redes sociales tales como: Anuncios publicitarios y creación de un perfil en Facebook, cuenta de Instagram y twitter. Se proyectó un presupuesto de \$11.875,12 para el primer año.



## Análisis financiero de la propuesta

### Inversión Inicial

Para la inversión inicial detallada a continuación, se consultó un préstamo bancario del 70% del total de la inversión inicial y se cuenta con un capital de 30% restante.

Tabla 6

#### *Inversión Inicial parte 1*

<b>Inversión Inicial</b>				
<b>Descripcion</b>				
<b>Efectivo</b>	<b>Cantidad</b>		<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Sueldos	1	\$	2.630,02	\$ 2.630,02
Imprevistos	1	\$	1.000,00	\$ 1.000,00
<b>Total de Efectivo</b>				<b>\$ 3.630,02</b>
<b>Menajes</b>				
	<b>Cantidad</b>		<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Colchón Queen	10	\$	150,00	\$ 1.500,00
Colchón King	2	\$	180,00	\$ 360,00
Sábanas	20	\$	11,00	\$ 220,00
Toallas	14	\$	18,00	\$ 252,00
Cortinas personalizadas	14	\$	20,00	\$ 280,00
Cortina negra para la tarima	2	\$	25,00	\$ 50,00
Traje de baile en la Sierra (exposición para el huésped)	1	\$	30,00	\$ 30,00
Traje del baile en la amazonía (exposición para el huésped)	1	\$	25,00	\$ 25,00
Traje del baile en la costa (exposición para el huésped)	1	\$	30,00	\$ 30,00
Amenities	15	\$	25,00	\$ 375,00
Vajillas	15	\$	180,80	\$ 2.712,00
Kit de utensilios de cocina	1	\$	110,00	\$ 110,00
aspiradora	1	\$	80,00	\$ 80,00
Tachos de basura en la cocina	1	\$	10,00	\$ 10,00
<b>Total de menajes</b>				<b>\$ 6.034,00</b>
<b>Edificio</b>				
	<b>Cantidad</b>		<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Edificio	1	\$	230.000,00	\$ 230.000
Adecuaciones al edificio	1	\$	6.000,00	\$ 6.000,00
<b>Total del Edificio</b>				<b>\$ 236.000</b>
<b>Muebles y Enseres</b>				
	<b>Cantidad</b>		<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Cama King ( Habitaciones matrimoniales)	2	\$	190,00	\$ 380,00
Cama Queen ( Habitaciones simples, dobles y triples)	10	\$	150,00	\$ 1.500,00
Tv LD Riviera 19 pulgadas (Habitaciones)	12	\$	311,00	\$ 3.732,00
Veladores de madera (Habitaciones)	12	\$	40,00	\$ 480,00
Escritorio de madera personalizado (Lobby)	1	\$	160,00	\$ 160,00
Telefono del Lobby	1	\$	13,00	\$ 13,00
Sillas de madera personalizadas (Lobby)	1	\$	80,00	\$ 80,00
Mesas de madera ( uso en el comedor)	6	\$	60,00	\$ 360,00
<b>Total de Muebles y Enseres</b>				<b>\$ 6.705,00</b>

Tabla 7

*Inversión Inicial parte 2*

<b>Equipos de Producción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Cocina Industrial	1 \$	330,00 \$	330,00
Mesón de acero inoxidable	1 \$	150,00 \$	150,00
Licuada	1 \$	23,00 \$	23,00
Cafetera	1 \$	23,90 \$	23,90
Refrigeradora	1 \$	283,00 \$	283,00
Extractor de frutas	1 \$	59,00 \$	59,00
Sartenes	2 \$	10,00 \$	20,00
Sanduchera	1 \$	30,00 \$	30,00
Máquina Nescafé	1 \$	- \$	-
<b>Total de Equipos de producción</b>			<b>\$ 918,90</b>
<b>Equipos de computo y musicales</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Pack de adaptadores de viaje de Apple (servicio al huésped)	1 \$	39,12 \$	39,12
Laptop HP ( el comedor)	1 \$	300,00 \$	300,00
Marimba ( ya se cuenta con ella)	1 \$	10,00 \$	10,00
Flauta de pan	1 \$	9,00 \$	9,00
Tambores	1 \$	9,00 \$	9,00
Trompetas	1 \$	150,00 \$	150,00
Rondador	1 \$	120,00 \$	120,00
Bandolin	1 \$	170,00 \$	170,00
Pingullo	1 \$	10,00 \$	10,00
Dulzainas	1 \$	88,92 \$	88,92
Piano	1 \$	2.700,00 \$	2.700,00
El Bombo ( ya se cuenta con el)	1 \$	100,00 \$	100,00
Cununo ( ya se cuenta con el)	1 \$	3,00 \$	3,00
Ocarina antropofotma	1 \$	18,00 \$	18,00
Botella Sibato	1 \$	80,00 \$	80,00
Maracas	1 \$	40,00 \$	40,00
Caracol	1 \$	45,00 \$	45,00
Bocina	1 \$	50,00 \$	50,00
Guasa	1 \$	40,00 \$	40,00
Bombo	1 \$	150,00 \$	150,00
Charango	1 \$	120,00 \$	120,00
filtro antipop	1 \$	30,00 \$	30,00
caja parlante con pedestal para micrófono	2 \$	139,00 \$	278,00
esponjas acústicas	10 \$	7,00 \$	70,00
micrófono behringer C1	1 \$	85,00 \$	85,00
Audifonos inalámbricos	3 \$	30,78 \$	92,34
<b>Total de equipos de computo y musicales</b>			<b>\$ 4.807,38</b>
<b>Gastos de Constitución</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Planos	\$ 1,00	\$ 800,00	800,00
Tasas de servicios	\$ 1,00	\$ 200,00	200,00
<b>Total de Gastos de constitución</b>			<b>\$ 1.000,00</b>
<b>Total de Inversión Inicial</b>			<b>\$ 259.095,30</b>

## Balance Inicial

Tabla 8

### Balance Inicial

Balance Inicial				
<b>Activos</b>			<b>Pasivos</b>	
<b>Activos Corriente</b>		<b>\$ 9.664,02</b>	<b>Pasivo corriente</b>	
Caja	\$ 3.630,02		Prestamo bancario	\$ 181.366,71
Menajes	\$ 6.034,00		<b>Total Pasivos</b>	
<b>Activo Fijo</b>		<b>\$ 248.431,28</b>		
Equipos de computo y musicales	\$ 4.807,38		<b>Patrimonio</b>	
Equipos de Producción	\$ 918,90		Capital	\$ 77.728,59
Muebles y Enseres	\$ 6.705,00		<b>Total Patrimonio</b>	\$ 77.728,59
Edificio	\$ 236.000			
<b>Activo Diferido</b>		<b>\$ 1.000,00</b>		
Gastos de Constitución	\$ 1.000,00			
<b>Total de Activos</b>		<b>\$ 259.095,30</b>	<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>\$ 259.095,30</b>

Existen equipos musicales con los que ya se cuenta para la ejecución del proyecto, fueron registrados en la inversión inicial pero en la presente tabla son parte del capital que se posee.

## Amortización

Se realizó un préstamo a la Corporación Financiera Nacional (CFN) el cual nos otorgó la cantidad requerida a un plazo de 5 años y el pago se desglosa en 60 períodos, es decir cuotas mensuales.

Tabla 9

### Préstamo

<i>Amortización del Préstamo</i>	
<b>Monto del crédito</b>	\$ 181.366,71
<b>Numeros de periodos</b>	60 meses
<b>Tasa de interés mensual</b>	0,76%
<b>Tasa de interés anual</b>	9,14%
<b>Cuota mensual</b>	\$3.777,21

## Ingresos

El establecimiento contará con 5 habitaciones sencillas, 3 dobles, 3 triples y una habitación matrimonial. Quedando así un total de 12 habitaciones.

Tabla 10

## Proyección de Ingresos anual del establecimiento

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Alojamiento</b>					
Hab. Sencilla	\$ 89.040,00	\$ 96.670,73	\$ 104.955,41	\$ 113.950,09	\$ 123.715,61
Hab. Doble	\$ 76.608,00	\$ 83.173,31	\$ 90.301,26	\$ 98.040,08	\$ 106.442,11
Hab. Triple	\$ 97.776,00	\$ 106.155,40	\$ 115.252,92	\$ 125.130,10	\$ 135.853,75
Hab. Matrimonial	\$ 23.520,00	\$ 25.535,66	\$ 27.724,07	\$ 30.100,02	\$ 32.679,60
<b>Actividades complementarias</b>					
Estudio de grabación	\$ 11.520,00	\$ 12.507,26	\$ 13.579,14	\$ 14.742,87	\$ 16.006,33
Karaoke	\$ 528,00	\$ 573,25	\$ 622,38	\$ 675,71	\$ 733,62
Uso de instrumentos musicales	\$ 2.592,00	\$ 2.814,13	\$ 3.055,31	\$ 3.317,15	\$ 3.601,42
Clases de baile	\$ 960,00	\$ 1.042,27	\$ 1.131,59	\$ 1.228,57	\$ 1.333,86
Venta de CD'S	\$ 7.344,00	\$ 7.973,38	\$ 8.656,70	\$ 9.398,58	\$ 10.204,04
Venta de artesanías musicales	\$ 4.284,00	\$ 4.651,14	\$ 5.049,74	\$ 5.482,50	\$ 5.952,35
Foto recuerdo	\$ 1.440,00	\$ 1.563,41	\$ 1.697,39	\$ 1.842,86	\$ 2.000,79
<b>Desayunos</b>					
Americano	\$ 366,66	\$ 398,08	\$ 432,20	\$ 469,24	\$ 509,45
Continental	\$ 203,70	\$ 221,16	\$ 240,11	\$ 260,69	\$ 283,03
Buffet	\$ 378,00	\$ 410,39	\$ 445,57	\$ 483,75	\$ 525,21
Brunch	\$ 353,43	\$ 383,72	\$ 416,60	\$ 452,31	\$ 491,07
Sierra	\$ 313,74	\$ 340,63	\$ 369,82	\$ 401,51	\$ 435,92
Amazonía	\$ 463,05	\$ 502,73	\$ 545,82	\$ 592,59	\$ 643,38
Galapagos	\$ 441,00	\$ 478,79	\$ 519,83	\$ 564,38	\$ 612,74
Costa	\$ 371,07	\$ 402,87	\$ 437,40	\$ 474,88	\$ 515,58
<b>Bebidas</b>					
Café	\$ 8,40	\$ 9,12	\$ 9,90	\$ 10,75	\$ 11,67
Aguas aromaticas	\$ 5,31	\$ 5,77	\$ 6,26	\$ 6,80	\$ 7,38
Batidos	\$ 9,45	\$ 10,26	\$ 11,14	\$ 12,09	\$ 13,13
Costa. Jugo tropical	\$ 18,90	\$ 20,52	\$ 22,28	\$ 24,19	\$ 26,26
Costa. Jugo All you need is Ecuador	\$ 66,99	\$ 72,73	\$ 78,96	\$ 85,73	\$ 93,08
Sierra. Jugo de tomate de árbol	\$ 12,60	\$ 13,68	\$ 14,85	\$ 16,13	\$ 17,51
Sierra. Canelazo	\$ 25,20	\$ 27,36	\$ 29,70	\$ 32,25	\$ 35,01
Amazonía. Chicha Tuxuri	\$ 33,60	\$ 36,48	\$ 39,61	\$ 43,00	\$ 46,69
Amazonía. Chonta	\$ 61,43	\$ 66,69	\$ 72,40	\$ 78,61	\$ 85,35
Amazonía. Salpicón de moras	\$ 49,25	\$ 53,47	\$ 58,05	\$ 63,02	\$ 68,42
Amazonía. Rompe Nucas	\$ 44,10	\$ 47,88	\$ 51,98	\$ 56,44	\$ 61,27
Amazonía. Jucho	\$ 47,25	\$ 51,30	\$ 55,70	\$ 60,47	\$ 65,65
Amazonía. Jugo de caña	\$ 28,26	\$ 30,68	\$ 33,31	\$ 36,16	\$ 39,26
Gaseosas	\$ 5,25	\$ 5,70	\$ 6,19	\$ 6,72	\$ 7,29
Cerveza	\$ 16,80	\$ 18,24	\$ 19,80	\$ 21,50	\$ 23,34
Paquete de cigarrillos	\$ 14,70	\$ 15,96	\$ 17,33	\$ 18,81	\$ 20,42
<b>Snacks</b>					
Ensalada de frutas tropicales	\$ 22,68	\$ 24,62	\$ 26,73	\$ 29,47	\$ 32,00
Chocolates Pacari. Caja	\$ 672,00	\$ 729,59	\$ 792,12	\$ 873,31	\$ 948,15
Melcocha Pacari. Caja	\$ 189,00	\$ 205,20	\$ 222,78	\$ 245,62	\$ 266,67
Costa Snack. Mani	\$ 15,75	\$ 17,10	\$ 18,57	\$ 20,47	\$ 22,22
Costa. Encocada	\$ 47,04	\$ 51,07	\$ 55,45	\$ 61,13	\$ 66,37
Costa. Arequipe	\$ 34,65	\$ 37,62	\$ 40,84	\$ 45,03	\$ 48,89
Costa. Caña	\$ 46,20	\$ 50,16	\$ 54,46	\$ 60,04	\$ 65,19
Sierra. Habas confitadas	\$ 32,76	\$ 35,57	\$ 38,62	\$ 42,57	\$ 46,22
Sierra. de Garbanzos	\$ 29,40	\$ 31,92	\$ 34,66	\$ 38,21	\$ 41,48
Sierra. Quimbolitos	\$ 30,45	\$ 33,06	\$ 35,89	\$ 39,57	\$ 42,96
Oriente. Mini Tonga	\$ 68,25	\$ 74,10	\$ 80,45	\$ 88,70	\$ 96,30
Oriente. Fruta de Pan	\$ 55,44	\$ 60,19	\$ 65,35	\$ 72,05	\$ 78,22
Oriente. Porción de pastel de tapioca	\$ 63,00	\$ 68,40	\$ 74,26	\$ 81,87	\$ 88,89
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 320.256,75</b>	<b>\$ 347.702,752</b>	<b>\$ 377.500,878</b>	<b>\$ 409.878,578</b>	<b>\$ 445.005,172</b>

## Detalle de Ingresos por ventas

Tabla 11

Proyección de ingresos por ventas servicio de alojamiento, año

Producto	Precio Unitario	Capacidad semanal	Total Semanal	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
<b>% OCUPACIÓN</b>				51,60%	51,60%	57,50%	53,00%
<b>Alojamiento</b>				<b>\$ 12.338,59</b>	<b>\$ 12.338,59</b>	<b>\$ 13.749,40</b>	<b>\$ 12.673,36</b>
Hab. Sencilla	\$ 53,00	35	\$ 1.855,00	\$ 3.828,72	\$ 3.828,72	\$ 4.266,50	\$ 3.932,60
Hab. Doble	\$ 76,00	21	\$ 1.596,00	\$ 3.294,14	\$ 3.294,14	\$ 3.670,80	\$ 3.383,52
Hab. Triple	\$ 97,00	21	\$ 2.037,00	\$ 4.204,37	\$ 4.204,37	\$ 4.685,10	\$ 4.318,44
Hab. Matrimonial	\$ 70,00	7	\$ 490,00	\$ 1.011,36	\$ 1.011,36	\$ 1.127,00	\$ 1.038,80

Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
54,20%	55,60%	54,80%	48,30%	50,90%	54,30%	55,30%	44,40%
<b>\$ 12.960,30</b>	<b>\$ 13.295,07</b>	<b>\$ 13.103,78</b>	<b>\$ 11.549,50</b>	<b>\$ 12.171,21</b>	<b>\$ 12.984,22</b>	<b>\$ 13.223,34</b>	<b>\$ 10.616,93</b>
\$ 4.021,64	\$ 4.125,52	\$ 4.066,16	\$ 3.583,86	\$ 3.776,78	\$ 4.029,06	\$ 4.103,26	\$ 3.294,48
\$ 3.460,13	\$ 3.549,50	\$ 3.498,43	\$ 3.083,47	\$ 3.249,46	\$ 3.466,51	\$ 3.530,35	\$ 2.834,50
\$ 4.416,22	\$ 4.530,29	\$ 4.465,10	\$ 3.935,48	\$ 4.147,33	\$ 4.424,36	\$ 4.505,84	\$ 3.617,71
\$ 1.062,32	\$ 1.089,76	\$ 1.074,08	\$ 946,68	\$ 997,64	\$ 1.064,28	\$ 1.083,88	\$ 870,24

## Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 12

Estado de Resultados

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos totales	\$ 320.256,75	\$ 347.702,75	\$ 377.500,88	\$ 409.878,58	\$ 445.005,17
(-) Costos de Operación	\$ 147.106,26	\$ 154.461,57	\$ 162.184,65	\$ 170.293,88	\$ 178.808,57
<b>(=) Utilidad bruta en ventas</b>	<b>\$ 173.150,49</b>	<b>\$ 193.241,18</b>	<b>\$ 215.316,23</b>	<b>\$ 239.584,70</b>	<b>\$ 266.196,60</b>
(-) Gastos Administrativos	\$ 52.035,34	\$ 54.036,81	\$ 55.382,53	\$ 55.171,55	\$ 56.610,34
(-) Gastos en Ventas	\$ 11.875,12	\$ 12.892,82	\$ 13.997,73	\$ 15.198,30	\$ 16.500,79
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 109.240,03</b>	<b>\$ 126.311,55</b>	<b>\$ 145.935,96</b>	<b>\$ 169.214,85</b>	<b>\$ 193.085,47</b>
(-) Gastos Financieros	\$ 15.341,44	\$ 12.483,03	\$ 9.352,13	\$ 5.922,77	\$ 2.166,50
<b>(=) Utilidad antes de participación de trabajadores</b>	<b>\$ 93.898,59</b>	<b>\$ 113.828,52</b>	<b>\$ 136.583,83</b>	<b>\$ 163.292,07</b>	<b>\$ 190.918,97</b>
(-) 15 % de participación de los trabajadores	\$ 14.084,79	\$ 17.074,28	\$ 20.487,57	\$ 24.493,81	\$ 28.637,84
<b>(=) Utilidad antes de los impuestos a la renta</b>	<b>\$ 79.813,80</b>	<b>\$ 96.754,24</b>	<b>\$ 116.096,26</b>	<b>\$ 138.798,26</b>	<b>\$ 162.281,12</b>
(-) 22 % impuesto a la renta	\$ 17.559,04	\$ 21.285,93	\$ 25.541,18	\$ 30.535,62	\$ 35.701,85
<b>(=) Utilidad neta del ejercicio</b>	<b>\$ 62.254,77</b>	<b>\$ 75.468,31</b>	<b>\$ 90.555,08</b>	<b>\$ 108.262,65</b>	<b>\$ 126.579,27</b>

# Costos Operacionales

Tabla 13

## Costos Operacionales

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Productos</b>					
<b>Alojamiento</b>	\$ 65.856,61	\$ 69.149,44	\$ 72.606,91	\$ 76.237,26	\$ 80.049,12
Hab. Sencilla	\$ 17.239,95	\$ 18.101,95	\$ 19.007,04	\$ 19.957,40	\$ 20.955,27
Hab. Doble	\$ 18.619,15	\$ 19.550,10	\$ 20.527,61	\$ 21.553,99	\$ 22.631,69
Hab. Triple	\$ 23.791,13	\$ 24.980,69	\$ 26.229,72	\$ 27.541,21	\$ 28.918,27
Hab. Matrimonial	\$ 6.206,38	\$ 6.516,70	\$ 6.842,54	\$ 7.184,66	\$ 7.543,90
<b>Actividades</b>					
<b>comerciales</b>	\$ 13.866,00	\$ 14.559,30	\$ 15.287,27	\$ 16.051,63	\$ 16.854,21
Estudio de grabación	\$ 4.800,00	\$ 5.040,00	\$ 5.292,00	\$ 5.556,60	\$ 5.834,43
Karoke	\$ 360,00	\$ 378,00	\$ 396,90	\$ 416,75	\$ 437,58
Uso de instrumentos musicales	\$ 1.440,00	\$ 1.512,00	\$ 1.587,60	\$ 1.666,98	\$ 1.750,33
Clases de baile	\$ 750,00	\$ 787,50	\$ 826,88	\$ 868,22	\$ 911,63
Venta de CD'S	\$ 2.400,00	\$ 2.520,00	\$ 2.646,00	\$ 2.778,30	\$ 2.917,22
Venta de artesanías musicales	\$ 3.060,00	\$ 3.213,00	\$ 3.373,65	\$ 3.542,33	\$ 3.719,45
Foto recuerdo	\$ 1.056,00	\$ 1.108,80	\$ 1.164,24	\$ 1.222,45	\$ 1.283,57
<b>Desayunos</b>	\$ 20.071,20	\$ 21.074,76	\$ 22.128,50	\$ 23.234,92	\$ 24.396,67
Americano	\$ 1.728,00	\$ 1.814,40	\$ 1.905,12	\$ 2.000,38	\$ 2.100,39
Continental	\$ 1.320,00	\$ 1.386,00	\$ 1.455,30	\$ 1.528,07	\$ 1.604,47
Buffet	\$ 1.728,00	\$ 1.814,40	\$ 1.905,12	\$ 2.000,38	\$ 2.100,39
Brunch	\$ 2.407,20	\$ 2.527,56	\$ 2.653,94	\$ 2.786,63	\$ 2.925,97
Sierra	\$ 2.160,00	\$ 2.268,00	\$ 2.381,40	\$ 2.500,47	\$ 2.625,49
Amazonía	\$ 4.248,00	\$ 4.460,40	\$ 4.683,42	\$ 4.917,59	\$ 5.163,47
Galapagos	\$ 3.600,00	\$ 3.780,00	\$ 3.969,00	\$ 4.167,45	\$ 4.375,82
Costa	\$ 2.880,00	\$ 3.024,00	\$ 3.175,20	\$ 3.333,96	\$ 3.500,66
<b>Bebidas</b>	\$ 20.872,80	\$ 21.916,44	\$ 23.012,26	\$ 24.162,88	\$ 25.371,02
Café	\$ 720,00	\$ 756,00	\$ 793,80	\$ 833,49	\$ 875,16
Aguas aromaticas	\$ 768,00	\$ 806,40	\$ 846,72	\$ 889,06	\$ 933,51
Batidos	\$ 960,00	\$ 1.008,00	\$ 1.058,40	\$ 1.111,32	\$ 1.166,89
Costa Jugo tropical	\$ 1.440,00	\$ 1.512,00	\$ 1.587,60	\$ 1.666,98	\$ 1.750,33
Costa Jugo All you need is Ecuador	\$ 816,00	\$ 856,80	\$ 899,64	\$ 944,62	\$ 991,85
Sierra Jugo de tomate de árbol	\$ 960,00	\$ 1.008,00	\$ 1.058,40	\$ 1.111,32	\$ 1.166,89
Sierra Canelazo	\$ 1.584,00	\$ 1.663,20	\$ 1.746,36	\$ 1.833,68	\$ 1.925,36
Amazonía Chicha Tuxuri	\$ 1.440,00	\$ 1.512,00	\$ 1.587,60	\$ 1.666,98	\$ 1.750,33
Amazonía Chonta	\$ 1.152,00	\$ 1.209,60	\$ 1.270,08	\$ 1.333,58	\$ 1.400,26
Amazonía. Salpicón de moras	\$ 1.368,00	\$ 1.436,40	\$ 1.508,22	\$ 1.583,63	\$ 1.662,81
Amazonía. Rompe Nucas	\$ 2.256,00	\$ 2.368,80	\$ 2.487,24	\$ 2.611,60	\$ 2.742,18
Amazonía Jucho	\$ 1.680,00	\$ 1.764,00	\$ 1.852,20	\$ 1.944,81	\$ 2.042,05
Amazonía. Jugo de caña	\$ 900,00	\$ 945,00	\$ 992,25	\$ 1.041,86	\$ 1.093,96
Gaseosas	\$ 460,80	\$ 483,84	\$ 508,03	\$ 533,43	\$ 560,11
Cerveza	\$ 3.648,00	\$ 3.830,40	\$ 4.021,92	\$ 4.223,02	\$ 4.434,17
Paquete de cigarrillos	\$ 720,00	\$ 756,00	\$ 793,80	\$ 833,49	\$ 875,16
<b>Snacks</b>	\$ 10.545,00	\$ 11.072,25	\$ 11.625,86	\$ 12.207,16	\$ 12.817,51
Ensalada de frutas tropicales	\$ 144,00	\$ 151,20	\$ 158,76	\$ 166,70	\$ 175,03
Chocolates Pacari					
Caja	\$ 3.600,00	\$ 3.780,00	\$ 3.969,00	\$ 4.167,45	\$ 4.375,82
Caja	\$ 2.880,00	\$ 3.024,00	\$ 3.175,20	\$ 3.333,96	\$ 3.500,66
Costa Snack. Mani	\$ 432,00	\$ 453,60	\$ 476,28	\$ 500,09	\$ 525,10
Costa. Encocada	\$ 624,00	\$ 655,20	\$ 687,96	\$ 722,36	\$ 758,48
Costa. Arequipe	\$ 480,00	\$ 504,00	\$ 529,20	\$ 555,66	\$ 583,44
Costa. Caña	\$ 480,00	\$ 504,00	\$ 529,20	\$ 555,66	\$ 583,44
Sierra. Habas confitadas	\$ 480,00	\$ 504,00	\$ 529,20	\$ 555,66	\$ 583,44
Sierra.de Garbanzos	\$ 360,00	\$ 378,00	\$ 396,90	\$ 416,75	\$ 437,58
Sierra. Quimbolitos	\$ 144,00	\$ 151,20	\$ 158,76	\$ 166,70	\$ 175,03
Oriente. Mini Tonga	\$ 432,00	\$ 453,60	\$ 476,28	\$ 500,09	\$ 525,10
Oriente. Fruta de Pan	\$ 264,00	\$ 277,20	\$ 291,06	\$ 305,61	\$ 320,89
Oriente. Porción de pastel de tapioca	\$ 225,00	\$ 236,25	\$ 248,06	\$ 260,47	\$ 273,49
<b>directa</b>	\$ 15.894,65	\$ 16.689,38	\$ 17.523,85	\$ 18.400,04	\$ 19.320,04
Recepcionista	\$ 4.541,33	\$ 4.768,39	\$ 5.006,81	\$ 5.257,15	\$ 5.520,01
Ama de llaves	\$ 4.541,33	\$ 4.768,39	\$ 5.006,81	\$ 5.257,15	\$ 5.520,01
Ayudante de Ama de llaves	\$ 4.541,33	\$ 4.768,39	\$ 5.006,81	\$ 5.257,15	\$ 5.520,01
Cocinero	\$ 2.270,66	\$ 2.384,20	\$ 2.503,41	\$ 2.628,58	\$ 2.760,01
<b>TOTAL</b>	\$ 147.106,26	\$ 154.461,57	\$ 162.184,65	\$ 170.293,88	\$ 178.808,57

## Evaluación del Proyecto

El proyecto presenta una tasa interna de retorno (TIR) del 20% que es superior a la tasa de retorno mínima esperada del 12%, el valor actual neto (VAN) de \$59.616,14 valor que representa dinero obtenido adicional a la recuperación de la inversión. El beneficio costo por cada dólar invertido es de 0,17 centavos de dólar adicionales, y el periodo de recuperación de la inversión (PRI) equivale a 3 años con 3 meses aproximadamente, con lo cual se demuestra la factibilidad financiera en la ejecución del proyecto.

Tabla 14

*Evaluación del Proyecto*

<b>Tasa de descuento</b>		12%
<b>Inversión Inicial</b>	\$	-259.095,30
<b>Flujo 1</b>	\$	78.370,25
<b>Flujo 2</b>	\$	63.797,95
<b>Flujo 3</b>	\$	76.705,97
<b>Flujo 4</b>	\$	90.713,86
<b>Flujo 5</b>	\$	150.910,32
<b>VAN</b>	\$	59.616,14
<b>TIR</b>		20%
<b>B/C</b>	\$	1,17
<b>PRI</b>		3,3

## Punto de Equilibrio

Se cuenta con un punto de equilibrio de \$146.583,22 para el primer año.

Tabla 15

*Punto de Equilibrio*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Costos fijos totales: Gastos Generales</b>	\$ 79.251,90	\$ 79.412,66	\$ 78.732,40	\$ 76.292,62	\$ 75.277,63
<b>Costos variables: Costos de vents</b>	\$ 147.106,26	\$ 154.461,57	\$ 162.184,65	\$ 170.293,88	\$ 178.808,57
<b>% Costos variables: costos de ventas \ ingresos totales</b>	46%	44%	43%	42%	40%
<b>Punto de equilibrio para el primer año</b>	\$ 146.583,22	\$ 142.888,80	\$ 138.036,74	\$ 130.520,49	\$ 125.842,84

## Ratios/Indicadores Financieros

Tabla 16

*Ratios/Indicadores Financieros*

Indicadores financieros					
INDICADOR	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Margen bruto</b>					
Utilidad bruta\Ingresos Totales	0,54	0,56	0,57	0,58	0,60
<b>Margen Neto</b>					
Utilidad Neta\Ingresos Totales=%	0,19	0,22	0,24	0,26	0,28
<b>ROA ( Retorno sobre activos)</b>					
Utilidad Neta \ Activos total=%	0,24	0,29	0,35	0,42	0,49
<b>ROE (Retorno sobre capital )</b>					
Utilidad Neta\Capital=%	0,80	0,97	1,17	1,39	1,63
<b>Capital de trabajo</b>					
Activo corriente - Pasivo corriente	\$ 56.390,45	\$ 113.472,01	\$ 182.509,45	\$ 264.222,63	\$ 360.496,16
<b>Razón circulante</b>					
Activo corriente\Pasivo corriente	\$ 2,78	\$ 3,96	\$ 4,97	\$ 5,80	\$ 6,60

Tabla 17

*Proyección de Ingresos por ventas de actividades complementarias, año 1*

Actividades complementarias	Precio Unitario	Capacidad semanal	Total Semanal
Estudio de grabación	\$ 20,00	10	\$ 200,00
karaoke (3 canciones)	\$ 0,50	50	\$ 25,00
Uso de instrumentos musicales	\$ 3,00	15	\$ 45,00
Clases de baile	\$ 2,00	15	\$ 30,00
Venta de CD'S	\$ 17,00	10	\$ 170,00
Venta de artesanías musicales	\$ 5,25	15	\$ 78,75
Foto recuerdo	\$ 1,50	22	\$ 33,00

Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00
\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00
\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00

Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00
\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00
\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00



Tabla 18

*Proyección de ingresos por ventas de desayunos, año 1*

<b>Desayunos</b>	<b>Precio Unitario</b>		<b>Capacidad semanal</b>		<b>Total Semanal</b>	
Americano	\$	4,85	18	\$	87,30	
Continental	\$	4,85	10	\$	48,50	
Buffet	\$	10,00	9	\$	90,00	
Brunch	\$	4,95	17	\$	84,15	
Sierra	\$	4,98	15	\$	74,70	
Amazonía	\$	7,35	15	\$	110,25	
Galapagos	\$	7,00	15	\$	105,00	
Costa	\$	5,89	15	\$	88,35	

	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>
\$	180,19	\$ 180,19	\$ 200,79	\$ 185,08	\$ 189,27	\$ 194,16
\$	100,10	\$ 100,10	\$ 111,55	\$ 102,82	\$ 105,15	\$ 107,86
\$	185,76	\$ 185,76	\$ 207,00	\$ 190,80	\$ 195,12	\$ 200,16
\$	173,69	\$ 173,69	\$ 193,55	\$ 178,40	\$ 182,44	\$ 187,15
\$	154,18	\$ 154,18	\$ 171,81	\$ 158,36	\$ 161,95	\$ 166,13
\$	227,56	\$ 227,56	\$ 253,58	\$ 233,73	\$ 239,02	\$ 245,20
\$	216,72	\$ 216,72	\$ 241,50	\$ 222,60	\$ 227,64	\$ 233,52
\$	182,35	\$ 182,35	\$ 203,21	\$ 187,30	\$ 191,54	\$ 196,49

	<b>Mes 7</b>	<b>Mes 8</b>	<b>Mes 9</b>	<b>Mes 10</b>	<b>Mes 11</b>	<b>Mes 12</b>
\$	191,36	\$ 168,66	\$ 177,74	\$ 189,62	\$ 193,11	\$ 155,04
\$	106,31	\$ 93,70	\$ 98,75	\$ 105,34	\$ 107,28	\$ 86,14
\$	197,28	\$ 173,88	\$ 183,24	\$ 195,48	\$ 199,08	\$ 159,84
\$	184,46	\$ 162,58	\$ 171,33	\$ 182,77	\$ 186,14	\$ 149,45
\$	163,74	\$ 144,32	\$ 152,09	\$ 162,25	\$ 165,24	\$ 132,67
\$	241,67	\$ 213,00	\$ 224,47	\$ 239,46	\$ 243,87	\$ 195,80
\$	230,16	\$ 202,86	\$ 213,78	\$ 228,06	\$ 232,26	\$ 186,48
\$	193,66	\$ 170,69	\$ 179,88	\$ 191,90	\$ 195,43	\$ 156,91

Tabla 19

*Proyección de Ingresos por ventas servicio de bebidas, año 1*

<b>Bebidas</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Capacidad semanal</b>	<b>Total Semanal</b>
Café expresso	\$ 2,00	25	\$ 50,00
Aguas aromaticas	\$ 1,15	40	\$ 46,00
Batidos	\$ 1,50	20	\$ 30,00
Costa. Jugo tropical	\$ 1,80	20	\$ 36,00
Costa. Jugo All you need is Ecuador	\$ 2,90	20	\$ 58,00
Sierra. Jugo de tomate de árbol	\$ 2,00	20	\$ 40,00
Sierra. Canelazo	\$ 3,00	22	\$ 66,00
Amazonía. Chicha Tuxuri	\$ 2,00	20	\$ 40,00
Amazonía. Chonta	\$ 3,25	12	\$ 39,00
Amazonía. Salpicón de moras	\$ 3,35	19	\$ 63,65
Amazonía. Rompe Nucas	\$ 3,50	20	\$ 70,00
Amazonía. Jucho	\$ 3,00	20	\$ 60,00
Amazonía. Jugo de caña	\$ 2,25	15	\$ 33,75
Gaseosas	\$ 1,25	12	\$ 15,00
Cerveza	\$ 2,00	40	\$ 80,00
Paquete de cigarrillos	\$ 2,00	10	\$ 20,00

	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>
\$	200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
\$	184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00
\$	120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
\$	144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00
\$	232,00	\$ 232,00	\$ 232,00	\$ 232,00	\$ 232,00	\$ 232,00
\$	160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00
\$	264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00
\$	160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00
\$	156,00	\$ 156,00	\$ 156,00	\$ 156,00	\$ 156,00	\$ 156,00
\$	254,60	\$ 254,60	\$ 254,60	\$ 254,60	\$ 254,60	\$ 254,60
\$	280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00
\$	240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
\$	135,00	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00
\$	60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
\$	320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00
\$	80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00

	<b>Mes 7</b>	<b>Mes 8</b>	<b>Mes 9</b>	<b>Mes 10</b>	<b>Mes 11</b>	<b>Mes 12</b>
\$	200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
\$	184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00
\$	120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
\$	144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00
\$	232,00	\$ 232,00	\$ 232,00	\$ 232,00	\$ 232,00	\$ 232,00
\$	160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00
\$	264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00
\$	160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00
\$	156,00	\$ 156,00	\$ 156,00	\$ 156,00	\$ 156,00	\$ 156,00
\$	254,60	\$ 254,60	\$ 254,60	\$ 254,60	\$ 254,60	\$ 254,60
\$	280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00
\$	240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
\$	135,00	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00
\$	60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
\$	320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00
\$	80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00

Tabla 20

*Proyección de ingresos por servicio de alimentos, snacks, año 1*

<b>Snacks</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Capacidad semanal</b>	<b>Total Semanal</b>
Ensalada de frutas tropicales	\$ 1,80	20	\$ 36,00
Chocolates Pacari. Caja	\$ 20,00	5	\$ 100,00
Melcocha Pacari. Caja	\$ 7,50	5	\$ 37,50
Costa Snack. Mani	\$ 1,25	10	\$ 12,50
Costa. Encocada	\$ 2,80	10	\$ 28,00
Costa. Arequipe	\$ 2,75	10	\$ 27,50
Costa. Caña	\$ 2,75	5	\$ 13,75
Sierra. Habas confitadas	\$ 1,95	5	\$ 9,75
Sierra.de Garbanzos	\$ 1,75	10	\$ 17,50
Sierra. Quimbolitos	\$ 1,45	5	\$ 7,25
Oriente. Mini Tonga	\$ 3,25	5	\$ 16,25
Oriente. Fruta de Pan	\$ 2,20	5	\$ 11,00
Oriente. Porción de pastel de tapioca	\$ 3,00	5	\$ 15,00

	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>
\$	144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00
\$	400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
\$	150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
\$	50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
\$	112,00	\$ 112,00	\$ 112,00	\$ 112,00	\$ 112,00	\$ 112,00
\$	110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00
\$	55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00
\$	39,00	\$ 39,00	\$ 39,00	\$ 39,00	\$ 39,00	\$ 39,00
\$	70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00
\$	29,00	\$ 29,00	\$ 29,00	\$ 29,00	\$ 29,00	\$ 29,00
\$	65,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00
\$	44,00	\$ 44,00	\$ 44,00	\$ 44,00	\$ 44,00	\$ 44,00
\$	60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00

	<b>Mes 7</b>	<b>Mes 8</b>	<b>Mes 9</b>	<b>Mes 10</b>	<b>Mes 11</b>	<b>Mes 12</b>
\$	144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00
\$	400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
\$	150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
\$	50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
\$	112,00	\$ 112,00	\$ 112,00	\$ 112,00	\$ 112,00	\$ 112,00
\$	110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00
\$	55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00
\$	39,00	\$ 39,00	\$ 39,00	\$ 39,00	\$ 39,00	\$ 39,00
\$	70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00
\$	29,00	\$ 29,00	\$ 29,00	\$ 29,00	\$ 29,00	\$ 29,00
\$	65,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00
\$	44,00	\$ 44,00	\$ 44,00	\$ 44,00	\$ 44,00	\$ 44,00
\$	60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00

## Proyección de Ingresos total del primer año

Para realizar la proyección se tomó los porcentajes de ocupación de la categoría Hostales de Quito en cifras.

Tabla 21

*Proyección de Ingresos Total, primer año*

MESES	TOTAL AÑO 1	PORCENTAJE DE OCUPACIÓN
1	\$ 20.403,74	51,60%
2	\$ 20.403,74	51,60%
3	\$ 21.976,98	57,50%
4	\$ 20.777,05	53,00%
5	\$ 21.097,03	54,20%
6	\$ 21.470,34	55,60%
7	\$ 21.257,02	54,80%
8	\$ 19.523,80	48,30%
9	\$ 20.217,09	50,90%
10	\$ 21.123,70	54,30%
11	\$ 21.390,35	55,30%
12	\$ 18.483,86	44,40%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 248.124,68</b>	

## Gastos Administrativos

Tabla 22

*Resumen de Gastos Administrativos*

INFLACION		3,40%				
Resumen Gastos Administrativos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
<b>Gastos de</b>						
Administración	\$ 52.035,34	\$ 54.036,81	\$ 55.382,53	\$ 55.171,55	\$ 56.610,34	
Administrador	\$ 10.836,60	\$ 11.928,84	\$ 12.334,43	\$ 12.753,80	\$ 13.187,42	
Servicios Básicos	\$ 14.400,00	\$ 14.889,60	\$ 15.395,85	\$ 15.919,31	\$ 16.460,56	
Internet	\$ 960,00	\$ 992,64	\$ 1.026,39	\$ 1.061,29	\$ 1.097,37	
Uniformes	\$ 2.520,00	\$ 2.605,68	\$ 2.694,27	\$ 2.785,88	\$ 2.880,60	
Mantenimiento	\$ 6.000,00	\$ 6.204,00	\$ 6.414,94	\$ 6.633,04	\$ 6.858,57	
Suministros de oficina	\$ 462,00	\$ 477,71	\$ 493,95	\$ 510,74	\$ 528,11	
Materiales de limpieza	\$ 2.400,00	\$ 2.481,60	\$ 2.565,97	\$ 2.653,22	\$ 2.743,43	
Depreciación tangible	\$ 14.256,74	\$ 14.256,74	\$ 14.256,74	\$ 12.654,28	\$ 12.654,28	
amortización intangible	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	
<b>Gastos de Venta</b>	\$ 11.875,12	\$ 12.892,82	\$ 13.997,73	\$ 15.198,30	\$ 16.500,79	
comisión por venta	\$ 11.875,12	\$ 12.892,82	\$ 13.997,73	\$ 15.198,30	\$ 16.500,79	
<b>Gastos Financieros</b>	\$ 15.341,44	\$ 12.483,03	\$ 9.352,13	\$ 5.922,77	\$ 2.166,50	
Intereses en préstamo	\$ 15.341,44	\$ 12.483,03	\$ 9.352,13	\$ 5.922,77	\$ 2.166,50	
<b>Total Gastos</b>	<b>\$ 79.251,90</b>	<b>\$ 79.412,66</b>	<b>\$ 78.732,40</b>	<b>\$ 76.292,62</b>	<b>\$ 75.277,63</b>	

## Flujo de Caja anual

Tabla 23

### Flujo de Caja anual

Rubros	Inversión Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Flujo operacional</b>						
<b>Ingresos por venta</b>		\$ 320.256,75	\$ 347.702,75	\$ 377.500,88	\$ 409.878,58	\$ 445.005,17
<b>(-) Egresos de efectivo</b>						
Gastos de operación		\$ 147.106,26	\$ 154.461,57	\$ 162.184,65	\$ 170.293,88	\$ 178.808,57
Gastos de administración		\$ 37.578,60	\$ 39.580,07	\$ 40.925,79	\$ 42.317,27	\$ 43.756,06
Gastos de venta		\$ 11.875,12	\$ 12.892,82	\$ 13.997,73	\$ 15.198,30	\$ 16.500,79
Impuestos a la renta			\$ 17.559,04	\$ 21.285,93	\$ 25.541,18	\$ 30.535,62
Participación de trabajadores			\$ 14.084,79	\$ 17.074,28	\$ 20.487,57	\$ 24.493,81
<b>Flujo neto operacional</b>		<b>\$ 123.696,77</b>	<b>\$ 109.124,47</b>	<b>\$ 122.032,49</b>	<b>\$ 136.040,38</b>	<b>\$ 150.910,32</b>
<b>Flujo de financiamiento</b>						
<b>Ingresos de efectivo</b>						
Prestamos recibidos						
<b>(-) Egresos de efectivo</b>						
Pagos de prestamos o principal		\$ 29.985,08	\$ 32.843,49	\$ 35.974,39	\$ 39.403,74	\$ 43.160,02
Pago de intereses		\$ 15.341,44	\$ 12.483,03	\$ 9.352,13	\$ 5.922,77	\$ 2.166,50
<b>(=) Flujo neto de financiamiento</b>		<b>\$ -45.326,52</b>	<b>\$ -45.326,52</b>	<b>\$ -45.326,52</b>	<b>\$ -45.326,52</b>	<b>\$ -45.326,52</b>
<b>Flujo neto de caja</b>	<b>\$ -259.095,30</b>	<b>\$ 78.370,25</b>	<b>\$ 63.797,95</b>	<b>\$ 76.705,97</b>	<b>\$ 90.713,86</b>	<b>\$ 105.583,80</b>

## Sueldos y Salarios

Tabla 24

### Rol de pagos año 1

Cargo	Cant.	Sueldo Mensual	Sueldo Básico Anual	Décimo Tercero	Bono Escolar	Vacaciones	Fondos de reserva	Aporte patronal 12,15%	Costo total anual	Costo total mensual
Administrador	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 366,00	\$ 350,00	0	\$ 1.020,60	\$ 10.836,60	\$ 903,05
Recepcionista	1	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 183,00	0	\$ 533,63	\$ 5.840,63	\$ 486,72
Ama de llaves	1	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 183,00	0	\$ 533,63	\$ 5.840,63	\$ 486,72
Ayudante del Ama de llaves	1	\$ 183,00	\$ 2.196,00	\$ 183,00	\$ 366,00	\$ 91,50	0	\$ 266,81	\$ 3.103,31	\$ 258,61
Cocinero	1	\$ 183,00	\$ 2.196,00	\$ 183,00	\$ 366,00	\$ 91,50	0	\$ 266,81	\$ 3.103,31	\$ 258,61
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>\$ 2.840,00</b>	<b>\$ 21.576,00</b>	<b>\$ 1.798,00</b>	<b>\$ 1.830,00</b>	<b>\$ 899,00</b>	<b>0</b>	<b>\$ 2.621,48</b>	<b>\$ 28.724,48</b>	<b>\$ 2.393,71</b>

Tabla 25

### Rol de pagos año 2

Cargo	Cant.	Sueldo Mensual	Sueldo Básico Anual	Décimo Tercero	Bono Escolar	Vacaciones	Fondos de reserva	Aporte patronal 12,15%	Costo total Anual	Costo total mensual
Administrador	1	\$ 723,80	\$ 8.685,60	\$ 723,80	\$ 378,44	\$ 361,90	\$ 723,80	\$ 1.055,30	\$ 11.928,84	\$ 994,07
Recepcionista	1	\$ 378,44	\$ 4.541,33	\$ 378,44	\$ 378,44	\$ 189,22	\$ 378,44	\$ 551,77	\$ 6.417,65	\$ 534,80
Ama de llaves	1	\$ 378,44	\$ 4.541,33	\$ 378,44	\$ 378,44	\$ 189,22	\$ 378,44	\$ 551,77	\$ 6.417,65	\$ 534,80
Ayudante del Ama de llaves	1	\$ 189,22	\$ 2.270,66	\$ 189,22	\$ 378,44	\$ 94,61	\$ 189,22	\$ 275,89	\$ 3.398,05	\$ 283,17
Cocinero	1	\$ 189,22	\$ 2.270,66	\$ 189,22	\$ 378,44	\$ 94,61	\$ 189,22	\$ 275,89	\$ 3.398,05	\$ 283,17
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>\$ 2.840,00</b>	<b>\$ 22.309,58</b>	<b>\$ 1.859,13</b>	<b>\$ 1.892,22</b>	<b>\$ 929,57</b>	<b>\$ 1.859,13</b>	<b>\$ 2.710,61</b>	<b>\$ 31.560,25</b>	<b>\$ 2.630,02</b>

Tabla 26

### Rol de pagos de los primeros 5 años

Cargo	Cant.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administrador	1	\$ 10.836,60	\$ 11.928,84	\$ 12.334,43	\$ 12.753,80	\$ 13.187,42
Recepcionista	1	\$ 5.840,63	\$ 6.417,65	\$ 6.635,85	\$ 6.861,47	\$ 7.094,76
Ama de llaves	1	\$ 5.840,63	\$ 6.417,65	\$ 6.635,85	\$ 6.861,47	\$ 7.094,76
Ayudante del Ama de llaves	1	\$ 3.103,31	\$ 3.398,05	\$ 3.513,58	\$ 3.633,04	\$ 3.756,57
Cocinero	1	\$ 3.103,31	\$ 3.398,05	\$ 3.513,58	\$ 3.633,04	\$ 3.756,57
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>\$ 28.724,48</b>	<b>\$ 31.560,25</b>	<b>\$ 32.633,30</b>	<b>\$ 33.742,83</b>	<b>\$ 34.890,09</b>

## Depreciación

Tabla 27

*Depreciación*

<b>Activo</b>	<b>Valor en libros</b>	<b>Año de vida útil</b>	<b>Depreciación anual</b>	<b>Depreciación Mensual</b>
Equipos de computación y musicales	\$ 4.807,38	3	\$ 1.602,46	\$ 133,54
Equipos de producción	\$ 918,90	5	\$ 183,78	\$ 15,32
Muebles y Enseres	\$ 6.705,00	10	\$ 670,50	\$ 55,88
Edificación	\$ 236.000,00	20	\$ 11.800,00	\$ 983,33
<b>Total de la depreciación</b>			<b>\$ 14.256,74</b>	<b>\$ 1.188,06</b>

### *Intangibles*

<b>Gastos de Constitución</b>	<b>Valor en libros</b>	<b>Año de vida útil</b>	<b>Amortización anual</b>	<b>Amortización Mensual</b>
	\$ 1.000,00	5	\$ 200,00	\$ 16,67

## **Conclusiones**

El presente proyecto ha analizado los aspectos externos e internos del entorno y los negocios similares a este. Ecuadorian Hostel Music se ha presentado como una nueva opción para el turista nacional e internacional para hospedarse en un hostel temático de música nacional del Ecuador donde podrá conocer más de la cultura mientras recorre Quito. De parte del mercado meta, los turistas que visitan Quito mostraron una gran aceptación del 93% para esta nueva alternativa de hospedaje aseveración respaldada por las encuestas realizadas.

El estudio permitió identificar los puntos fuertes y débiles del negocio para tener un panorama muy realista del mercado en el que se está innovando. Gracias al estudio técnico, se analizó el entorno actual el cual es favorable y se concretó la propuesta de marketing que se debe aplicar de acuerdo al mercado meta, la cual es muy accesible de llevar a cabo.

En cuanto a la factibilidad del proyecto finalmente se determinó con el estudio financiero, el cual mostró la fiabilidad del emprendimiento. Para llevarse a cabo el negocio la inversión inicial debe ser de \$259.095,30 dando como resultado un VAN positivo de \$59.616,14 y una TIR del 20% superior al 12% de la tasa de descuento, definiendo así que el emprendimiento es factible.

## **Recomendaciones**

El presente proyecto analizó los diversos cambios del entorno, por lo tanto se debe estar al tanto de los cambios que se den en dichos sectores. El Municipio de Quito actualiza anualmente la información de cifras y estadísticas sobre el hospedaje turístico por lo que se debe observar estos datos para conocer la situación actual del sector.

También se deberá considerar las políticas de calidad que deben presentarse de forma sencilla y clara a los colaboradores con el objetivo de generar una excelente relación entre el cliente interno y el externo. Al ser un hostel temático, el nivel de personalización aumenta por lo que el equipo de trabajo debe tener conciencia de la responsabilidad de su puesto. El mejoramiento del servicio debe estar presente de manera continua, es decir, apuntar hacia la excelencia.



## REFERENCIAS (o BIBLIOGRAFÍA)

- Agorreta (2012). Métodos y técnicas de investigación histórica. Recuperado de: <https://books.google.com.ec>
- Álvarez (1927). *El amorfino, más que una copla, un baile montubio*. Ecuador desde adentro. Recuperado de: <http://www.eluniverso.com>
- Amaya, J. (2005) *Gerencia: Planeación & Estrategia Bucaramanga: Universidad Santo Tomás de Aquino*. Recuperado: <https://books.google.com.ec>
- Aretz (2004). Isabel Aretz, La memoria del folklore americano. *La nación Espectáculos*. Recuperado de: <http://www.lanacion.com>
- Ayuntamiento de Sevilla (2016). Historia de Sevilla. Recuperado de: [www.sevilla.org](http://www.sevilla.org)
- Banco Mundial (2008). *La cultura y las prioridades del banco mundial*. Cultura y desarrollo: un compromiso para la libertad y el bienestar. Recuperado de: <https://books.google.com.ec>
- Bernal, C. (Ed). (2006). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Naucalpan: Pearson Educación.
- Banco Central del Ecuador (2016). *Producto interno bruto*. Recuperado de: <https://www.bce.fin.ec>
- Cohen (1979). *Teoría de la experiencia del turista*. La creación y promoción de experiencias en un destino turístico. Recuperado de: <file:///C:/Users/Pati%C3%B1o/Downloads/221511-786221-1-PB.pdf>
- Carreras (2011). *Cultura musical. Música y cultura urbana en la Era Moderna*. Recuperado de: <https://books.google.com>.
- D'harcourt (1990). *Breve historia del Ecuador*. El San Juanito. Recuperado de: <https://books.google.com.ec>
- Diariohodeltelero.com (2013). *Factibilidad. Términos utilizados en turismo*. Recuperado de: <http://www.diariodelhotelero.com>.
- Diario El Universo (2016). *FMI prevé bajón de 4,5% para el Ecuador en el 2016*. Recuperado de: <http://www.eluniverso.com>
- Elmundo.es (2011). *Oporto se estrena como Capital Europea de la Cultura*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es>
- Empresa Metropolitana de Quito (2016). *Boletín Hotelero N 115*. Recuperado de: <http://www.quito-turismo.gob.ec>
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (2016) *Quito Turismo: Quito en cifras 2015-2016 Julio*. Recuperado de: <http://www.quito-turismo.gob.ec>
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (2015). *Sitios Turísticos más visitados en Quito*. Recuperado: <http://www.quito-turismo.gob.ec>
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (2015). *Cantidad de Hostales en Quito*. Recuperado: <http://www.quito-turismo.gob.ec>
- Empresa Pública Metropolitana Quito Turismo (2015) *Turismo en Quito se incrementó*

- 8.5% en 2014: Noticias Quito. Recuperado de : <http://www.noticiasquito.gob>
- El municipio de Quito (2013). *Requisitos para la LUAE*. Recuperado de: <https://pam.quito.gob.ec>
- Erwin Patzelt (1971). *Música Patrimonial del Ecuador*. Ministerio del Ecuador. Recuperado de: <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/52868.pdf>
- FLACSO – MIPRO (2012) *Ley de Turismo: Boletín mensual de análisis sectorial*. MINITUR. Recuperado: <http://www.turismo.gob.ec>
- Florida (2010). La clase creativa. *La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI*. Recuperado de: <https://books.google.com.ec>
- Fridgen (1996). *Análisis de las preferencias del turista hacia un destino maduro*. Universidad de la Laguna, Madrid. Recuperado de: <http://www.aedem-virtual.com>
- Gayle Jennings (1955). *Teoría sobre la calidad turística*. Recuperado de: <http://shora.tabriz.ir>
- Godoy (2005). *Breve historia de la Música del Ecuador*. Recuperado de: <https://books.google.com.ec/books>
- Gómez (2006). *Enfoque cuantitativo, cualitativo y mixto*. Recuperado de: <http://www.eumed.net>
- Gallegos, Fuentelsaz, Icart y Pulpón (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Recuperado de: <https://books.google.com.ec/books>
- Hosteltour (2016) *Tecnología para mejorar la competitividad hotelera: aplicaciones para optimizar tanto la experiencia del cliente como la propia gestión hotelera*. Recuperado: <http://www.hosteltur.com>
- Harris (2003). *Cultura. Antropología cultural*. Recuperado de: <http://www.miuasinaloa.org>
- Hotel Stayin Oporto Musica Guest Apartment (2016). *Instalaciones*. Recuperado de: <http://www.stayin-oportomusicaguestapartment.com>
- Hotel Amadeus & La Música De Sevilla (2016). *Instalaciones*. Recuperado de: <http://www.hotelamadeussevilla.com/>
- INEC (2010). *Fascículo de Pichincha*. Recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (2013). *Artes del espectáculo. El capishca en la provincia del Azuay*. Recuperado de: <http://www.inpc.gob.ec/patrimoniosonoro/recursos/Capishca/capishca.html>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (2013). *Artes del espectáculo*. El Albazo. Recuperado de: <http://www.inpc.gob.ec/patrimoniosonoro/recursos/Albazo/albazo.html>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2016). *Población ecuatoriana*. Recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- INEC (2016). *Nivel de pobreza en el Ecuador*. Recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

- Juncosa (2000). *Etnografía de la comunicación verbal Shuar*. Recuperado de: <https://books.google.com.ec/books>
- Kendall (1997). *Análisis y diseño de sistema. Determinación de factibilidad*. Recuperado de: <https://books.google.com.ec/books>
- La Nación (2015). *Turismo, tercera fuente de ingresos no petroleros de Ecuador*. Recuperado de: <https://lanacion.com>.
- Municipio de Quito (2014). *Centro Histórico es el principal atractivo turístico de Quito*. Recuperado de: <http://www.quito.gob.ec>
- Municipio de Quito (2014). *Reglamentos para las zonas especiales de Quito*. Recuperado de: <http://www.quito.gob.ec>
- Municipio de Quito (2014). *Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador*. Recuperado de: <http://www.quito.gob.ec/>
- Municipio de Quito (2014). *Plan de gestión para las zonas especiales turísticas de Quito*. Recuperado de: <http://www7.quito.gob.ec/>
- Municipio de Quito (2013). *Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas*. Recuperado de: <http://www.quito.gob.ec>
- Ministerio de Turismo (2015). *Plan Potencia Turística*. Recuperado de: <http://www.turismo.gob>
- Ministerio de Turismo (2015). *Registro del Gobierno del Ecuador. Actividad turística de alojamiento o alojamiento turístico*. Recuperado de: <http://www.turismo.gob>
- Ministerio de Turismo (2015). *Registro del Gobierno del Ecuador. Clasificaciones y categorías de alojamiento*. Recuperado de: <http://www.turismo.gob>
- Ministerio de Turismo (2015). *Registro del Gobierno del Ecuador. Definición alojamiento*. Recuperado de: <http://www.turismo.gob>
- Ministerio de Turismo (2014). *El Danzante de Pujilí, considerado patrimonio cultural intangible de la humanidad*. Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/el-danzante-de-pujili-considerado-patrimonio-cultural-intangible-de-la-humanidad/>
- Ministerio de Turismo (2002). *Ley de Turismo*. Recuperado de: <http://www.turismo.gob>  
<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Moreno (1949). *Definición de Andarele. Antología del folklore ecuatoriano*. Recuperado de: <https://books.google.com.ec/books>
- Mullo (2009). *Música Patrimonial del Ecuador. Ministerio del Ecuador*. Recuperado de: <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/52868.pdf>
- Ministerio del Ambiente (2004). *Ley de gestión ambiental*. Recuperado de: <http://www.ambiente.gob.ec>
- Ministerio del Medio del Ambiente (2016). *Programas y servicios*. Recuperado de: <http://www.ambiente.gob.ec>
- Montgomery (2004) *.Estadística aplicada a la investigación*. Recuperado de: <https://books.google.com.ec>
- Moivre (1733). *Muestreo Estadístico. Diseño Y Aplicaciones*. Recuperado de:

- <https://books.google.com.ec>
- Naciones Unidas (2010). *Informe sobre la economía creativa. Contexto y contornos de la economía creativa*. Recuperado de: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>
- Perelló (2011). *Metodología de la investigación social*. Recuperado de: <https://books.google.com.ec/books>
- Piedras (2006). *Diversidad cultural conceptos estrategias*. Recuperado de: <http://cultura.gencat.cat>
- Plog (1974). *Teoría de los perfiles de turistas. A propósito del turismo: La construcción social del espacio turístico*. Recuperado de: <https://books.google.com.ec>
- Prefectura de Esmeraldas (2016). *La Marimba y el Arrullo. Prefectura de Esmeraldas*. Recuperado de: [http://www.prefecturadeesmeraldas.gob.ec/provincia/marimba\\_arrullo.html](http://www.prefecturadeesmeraldas.gob.ec/provincia/marimba_arrullo.html)
- Rodríguez (2005). *Investigación descriptiva. Metodología de la Investigación*. Recuperado de: <https://books.google.com.ec/books>
- Salgado (2014). *La economía naranja o las industrias creativas*. El Telégrafo. Recuperado de: <http://repositorio.puce.edu.ec>
- Sánchez (2016). *El pasillo ecuatoriano*. Recuperado de: <https://www.elmercurio.com.ec>
- Schumpeter (1911). *La teoría del desarrollo de la economía. Investigación sobre los beneficios, capital, crédito, el interés y el ciclo económico*. Recuperado de: <http://compaso.eu/wp-content/uploads/2013/01/Compaso2012-32-Croituru.pdf>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir*. Recuperado de: <http://www.planificacion.gob.ec/>
- Telégrafo (2015). *Los ingresos por turismo aportan para Quito el 5% de su Producto Interno Bruto anual*. Recuperado de: <http://www.eltelegrafo.com.ec>
- The Hotel du Triangle d'Or (2016). *Instalaciones*. Recuperado de: <http://www.hoteldutriangledor.com>
- Toro y Parra (2006). *Método y conocimiento: metodología de la investigación*. Recuperado de: <https://books.google.com.ec/books>
- Unesco (2016). *El Centro histórico de Oporto*. Recuperado de: <http://whc.unesco.org/>
- Unesco (2015). *Músicas de marimba, cantos y danzas tradicionales de la región del Pacífico del Sur colombiano y la provincia de Esmeraldas de Ecuador inscrito como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad*. Recuperado de: <http://www.unesco.org>
- Unesco (2003). *Definición del patrimonio inmaterial. Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial*. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540s.pdf>
- Ventura (2008). *El análisis Pesta. Análisis estratégico de la empresa*. Recuperado de: <https://books.google.com.ec>

## Apéndices

Tabla 28

### Amortización anual

Periodo	Saldo Capital	Pago capital	Pago de interés	Cuota	Saldo Principal		
1	\$ 181.366,71	\$ 2.395,80	\$ 1.381,41	\$ 3.777,21	\$ 178.970,91		
2	\$ 178.970,91	\$ 2.414,05	\$ 1.363,16	\$ 3.777,21	\$ 176.556,86		
3	\$ 176.556,86	\$ 2.432,44	\$ 1.344,77	\$ 3.777,21	\$ 174.124,43		
4	\$ 174.124,43	\$ 2.450,96	\$ 1.326,25	\$ 3.777,21	\$ 171.673,47		
5	\$ 171.673,47	\$ 2.469,63	\$ 1.307,58	\$ 3.777,21	\$ 169.203,84		
6	\$ 169.203,84	\$ 2.488,44	\$ 1.288,77	\$ 3.777,21	\$ 166.715,39		
7	\$ 166.715,39	\$ 2.507,39	\$ 1.269,82	\$ 3.777,21	\$ 164.208,00		
8	\$ 164.208,00	\$ 2.526,49	\$ 1.250,72	\$ 3.777,21	\$ 161.681,51		
9	\$ 161.681,51	\$ 2.545,74	\$ 1.231,47	\$ 3.777,21	\$ 159.135,77		
10	\$ 159.135,77	\$ 2.565,13	\$ 1.212,08	\$ 3.777,21	\$ 156.570,65		
11	\$ 156.570,65	\$ 2.584,66	\$ 1.192,55	\$ 3.777,21	\$ 153.985,98		
12	\$ 153.985,98	\$ 2.604,35	\$ 1.172,86	\$ 3.777,21	\$ 151.381,63	\$ 29.985,08	\$ 15.341,44
13	\$ 151.381,63	\$ 2.624,19	\$ 1.153,02	\$ 3.777,21	\$ 148.757,45		
14	\$ 148.757,45	\$ 2.644,17	\$ 1.133,04	\$ 3.777,21	\$ 146.113,27		
15	\$ 146.113,27	\$ 2.664,31	\$ 1.112,90	\$ 3.777,21	\$ 143.448,96		
16	\$ 143.448,96	\$ 2.684,61	\$ 1.092,60	\$ 3.777,21	\$ 140.764,35		
17	\$ 140.764,35	\$ 2.705,05	\$ 1.072,16	\$ 3.777,21	\$ 138.059,30		
18	\$ 138.059,30	\$ 2.725,66	\$ 1.051,55	\$ 3.777,21	\$ 135.333,64		
19	\$ 135.333,64	\$ 2.746,42	\$ 1.030,79	\$ 3.777,21	\$ 132.587,22		
20	\$ 132.587,22	\$ 2.767,34	\$ 1.009,87	\$ 3.777,21	\$ 129.819,88		
21	\$ 129.819,88	\$ 2.788,41	\$ 988,79	\$ 3.777,21	\$ 127.031,47		
22	\$ 127.031,47	\$ 2.809,65	\$ 967,56	\$ 3.777,21	\$ 124.221,82		
23	\$ 124.221,82	\$ 2.831,05	\$ 946,16	\$ 3.777,21	\$ 121.390,76		
24	\$ 121.390,76	\$ 2.852,62	\$ 924,59	\$ 3.777,21	\$ 118.538,15	\$ 32.843,49	\$ 12.483,03
25	\$ 118.538,15	\$ 2.874,34	\$ 902,87	\$ 3.777,21	\$ 115.663,80		
26	\$ 115.663,80	\$ 2.896,24	\$ 880,97	\$ 3.777,21	\$ 112.767,56		
27	\$ 112.767,56	\$ 2.918,30	\$ 858,91	\$ 3.777,21	\$ 109.849,27		
28	\$ 109.849,27	\$ 2.940,52	\$ 836,69	\$ 3.777,21	\$ 106.908,74		
29	\$ 106.908,74	\$ 2.962,92	\$ 814,29	\$ 3.777,21	\$ 103.945,82		
30	\$ 103.945,82	\$ 2.985,49	\$ 791,72	\$ 3.777,21	\$ 100.960,33		
31	\$ 100.960,33	\$ 3.008,23	\$ 768,98	\$ 3.777,21	\$ 97.952,10		
32	\$ 97.952,10	\$ 3.031,14	\$ 746,07	\$ 3.777,21	\$ 94.920,96		
33	\$ 94.920,96	\$ 3.054,23	\$ 722,98	\$ 3.777,21	\$ 91.866,73		
34	\$ 91.866,73	\$ 3.077,49	\$ 699,72	\$ 3.777,21	\$ 88.789,24		
35	\$ 88.789,24	\$ 3.100,93	\$ 676,28	\$ 3.777,21	\$ 85.688,31		
36	\$ 85.688,31	\$ 3.124,55	\$ 652,66	\$ 3.777,21	\$ 82.563,76	\$ 35.974,39	\$ 9.352,13
37	\$ 82.563,76	\$ 3.148,35	\$ 628,86	\$ 3.777,21	\$ 79.415,41		
38	\$ 79.415,41	\$ 3.172,33	\$ 604,88	\$ 3.777,21	\$ 76.243,08		
39	\$ 76.243,08	\$ 3.196,49	\$ 580,72	\$ 3.777,21	\$ 73.046,59		
40	\$ 73.046,59	\$ 3.220,84	\$ 556,37	\$ 3.777,21	\$ 69.825,75		
41	\$ 69.825,75	\$ 3.245,37	\$ 531,84	\$ 3.777,21	\$ 66.580,38		
42	\$ 66.580,38	\$ 3.270,09	\$ 507,12	\$ 3.777,21	\$ 63.310,29		
43	\$ 63.310,29	\$ 3.295,00	\$ 482,21	\$ 3.777,21	\$ 60.015,30		
44	\$ 60.015,30	\$ 3.320,09	\$ 457,12	\$ 3.777,21	\$ 56.695,20		
45	\$ 56.695,20	\$ 3.345,38	\$ 431,83	\$ 3.777,21	\$ 53.349,82		
46	\$ 53.349,82	\$ 3.370,86	\$ 406,35	\$ 3.777,21	\$ 49.978,96		
47	\$ 49.978,96	\$ 3.396,54	\$ 380,67	\$ 3.777,21	\$ 46.582,42		
48	\$ 46.582,42	\$ 3.422,41	\$ 354,80	\$ 3.777,21	\$ 43.160,02	\$ 39.403,74	\$ 5.922,77
49	\$ 43.160,02	\$ 3.448,47	\$ 328,74	\$ 3.777,21	\$ 39.711,54		
50	\$ 39.711,54	\$ 3.474,74	\$ 302,47	\$ 3.777,21	\$ 36.236,80		
51	\$ 36.236,80	\$ 3.501,21	\$ 276,00	\$ 3.777,21	\$ 32.735,60		
52	\$ 32.735,60	\$ 3.527,87	\$ 249,34	\$ 3.777,21	\$ 29.207,72		
53	\$ 29.207,72	\$ 3.554,74	\$ 222,47	\$ 3.777,21	\$ 25.652,98		
54	\$ 25.652,98	\$ 3.581,82	\$ 195,39	\$ 3.777,21	\$ 22.071,16		
55	\$ 22.071,16	\$ 3.609,10	\$ 168,11	\$ 3.777,21	\$ 18.462,06		
56	\$ 18.462,06	\$ 3.636,59	\$ 140,62	\$ 3.777,21	\$ 14.825,47		
57	\$ 14.825,47	\$ 3.664,29	\$ 112,92	\$ 3.777,21	\$ 11.161,18		
58	\$ 11.161,18	\$ 3.692,20	\$ 85,01	\$ 3.777,21	\$ 7.468,98		
59	\$ 7.468,98	\$ 3.720,32	\$ 56,89	\$ 3.777,21	\$ 3.748,66		
60	\$ 3.748,66	\$ 3.748,66	\$ 28,55	\$ 3.777,21	\$ 0,00	\$ 43.160,02	\$ 2.166,50

**UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**TURÍSTICAS Y HOTELERAS**  
**FORMATO DE ENCUESTA**

La presente encuesta servirá para conocer las preferencias y necesidades de los futuros clientes de un hostel temático “Hostal Ecuadorian Music, Raíces Melódicas” de música nacional en la ciudad de Quito.

**1. Edad**

- 17-30
- 31-45
- 46-50
- 51 en adelante

**2. Genero**

- Masculino
- Femenino

**3. ¿En cuál de estos establecimientos usted se encuentra hospedado?**

- Hotel
- Hostal
- Pensión
- Otra \_\_\_\_\_

**4. Al momento de elegir el establecimiento de hospedaje, ¿Cuál de los siguientes principios influyeron en su decisión?**

- Recomendación personal
- Cercanía a un lugar
- Servicio al cliente
- Otro \_\_\_\_\_

**5. ¿Por qué medios conoció el lugar donde se hospeda?**

- TV
- Radio

- Anuncio en vía publica
- Internet
- Volante
- Otro \_\_\_\_\_

**6. ¿Ha escuchado alguna vez la música nacional durante su visita a Quito?**

- Si
- No

**7. Al hablar de música ecuatoriana, ¿Le gustaría conocerla por medio de un Hostal que posea una temática de música?**

- Si
- No

**8. Relacionado al servicio de un Hostal temático de música ecuatoriana, ¿Qué servicios adicionales le gustaría encontrar? (elija 3)**

- Café/Concerts
- Uso de instrumentos musicales
- Reservas a eventos culturales
- Comprar CD's con canciones nacionales
- Encontrar información sobre la historia de la música ecuatoriana

**9. En cuanto a los servicios adicionales del Hostal temático de música ecuatoriana, ¿Le gustaría que contara con un estudio de grabación en el cual usted grabe las canciones que desee cantar?**

- Si
- No

**10. ¿Usted pagaría por un hospedaje en este hostal con desayuno incluido?**

- Si
- No

**11. Si la respuesta fue sí, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche?**

- \$63-\$79
- \$80-\$96
- \$97-\$120

**UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**TURÍSTICAS Y HOTELERAS**  
**SURVEY**

The purpose of this survey is to learn the preferences and needs of future clients for a themed hostel of national Ecuadorian music “Hostal Ecuadorian Music, Raíces Melódicas” in the city of Quito.

**1. Age**

- 17-30
- 31-45
- 46-50
- 51 or more

**2. Gender**

- Male
- Female

**3. In which of these establishments are you staying?**

- Hotel
- Hostel
- Guesthouse
- Other \_\_\_\_\_

**4. While you were deciding on your lodging, which of the following elements influenced your decision?**

- Personal recommendation
- Proximity to a certain place
- Customer services
- Other \_\_\_\_\_

**5. Through which mediums ( by what means ) did you learn about the place that you are ( currently) staying?**

- TV



- Radio
- Public announcement (advertisement)
- Internet
- Flyer
- Others \_\_\_\_\_

**6. Have you ever heard the national music of Ecuador during your visit to the country?**

- Yes
- No

**7. Speaking of national Ecuadorian music, would you like to learn about it by means of (through) a hostel that has a musical theme (Services, decoration, etc)**

- Yes
- No

**8. In relation to the services of a themed hostel of Ecuadorian music, what additional services would you hope to find there (select the 3 most important to you)**

- Café/Concerts
- Reservation to cultural events
- Cd's with national music in sale
- Information available about the history of Ecuadorian music
- Use of musical instruments

**9. In addition to the services of a themed hostel of Ecuadorian Music, would you like it to contain a recording studio in which you could record the songs that you want?**

- Yes
- No

**10. Would you pay for lodging in Hostal Ecuadorian music with breakfast include?**

- Yes
- No

**11. If your response was "yes" What would be the price range that you would be willing to pay for one night?**

- \$63-\$79
- \$80-\$96
- \$97-\$120



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Patiño Cabezas Yanina Evelyn, con C.C: # 0931105712 autora del trabajo de titulación: **Propuesta de Factibilidad de un Hostal temático de la música en el sector del Centro Histórico en la ciudad de Quito** previo a la obtención del título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 31 de agosto del 2016

---

Nombre: Patiño Cabezas Yanina Evelyn

C.C: 0931105712



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Santos Toaza Denisse Anabel, con C.C: # 0925674632 autora del trabajo de titulación: **Propuesta de Factibilidad de un Hostal temático de la música en el sector del Centro Histórico en la ciudad de Quito** previo a la obtención del título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 31 de agosto del 2016

---

Nombre: Santos Toaza Denisse Anabel

C.C: 0925674632



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

**REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Propuesta de Factibilidad de un Hostal temático de la música en el sector del Centro Histórico en la ciudad de Quito.		
<b>AUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Patiño Cabezas, Yanina Evelyn Santos Toaza, Denisse Anabel		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Econ. Shirley Segura Ronquillo, MA., Mgs.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Escuela de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>		<b>No. DE PÁGINAS:</b>	68
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Turismo, emprendimiento, hotelería		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Temático, cultura musical, viabilidad, hostel, factibilidad. Thematic, musical culture, viability, hostel, feasibility.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>	<p>El proyecto tiene como objetivo principal mostrar la factibilidad de construir un hostel temático de música ecuatoriana en el centro histórico de la ciudad de Quito. El Ecuadorian Hostel Music tendrá una temática de música nacional del Ecuador y un servicio personalizado de la calidad creando así una experiencia cultural única para el huésped. En este análisis del proyecto se hace referencia a los establecimientos hoteleros con la misma temática para tomar como buenos ejemplos a seguir. El hostel tiene capacidad para 22 personas las cuales disfrutarán de servicios adicionales al hospedaje tales como: clases de bailes, grabar canciones en el estudio de grabación, uso de instrumentos musicales étnicos del país entre otros servicios que van de acuerdo con la temática del lugar. Como bases teóricas de este análisis se eligieron dos teorías: la creatividad y el desarrollo económico las cuales se consideran pilares fundamentales en los que se basa la creación de este emprendimiento. Para estudiar la demanda del proyecto, se implementaron métodos que darán a conocer los factores</p>		

que más influyen en el consumidor a la hora de la toma de decisiones sobre su lugar de hospedaje, también se conoció la situación actual del entorno general del país para emprender un negocio de este tipo. Finalmente, el estudio que se llevó a cabo para este proyecto dio una clara visión social, financiera, legal y política que determinó su factibilidad.

<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> 0995419034 0983720374	E-mail: <a href="mailto:evelynpc94@gmail.com">evelynpc94@gmail.com</a> denissita_santos@hotmail.com
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> Guzmán Barquet Eduardo Andrés	
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext 5027; 0997202912	
	<b>E-mail:</b> eduardo.guzman01@cu.ucsg.edu.ec	