



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE HOSPITALIDAD Y SERVICIOS

CARRERA ADMINISTRACIÓN HOTELERA

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA**

**TEMA: "Propuesta de un plan de negocio para un Apart Hotel ubicado en el sector
de Iñaquito, cantón Quito, provincia de Pichincha".**

AUTORA: MALENA FERNANDA MORENO BÁRCENAS

DIRECTORA: MSC. MALISA DEL CARMEN ESTRELLA MACÍAS.

QUITO- ECUADOR

2016

DERECHOS DE AUTOR

© Universidad Tecnológica Equinoccial. 2016

Reservados todos los derechos de reproducción

AUTORÍA

Expreso que el siguiente Trabajo de Titulación fue realizado en su totalidad con el esfuerzo e investigación de la autora, sin ningún tipo de material o información plagiada.

A handwritten signature in purple ink, appearing to read 'Maferna M.', is written over a horizontal dashed line.

MALENA FERNANDA MORENO BÁRCENAS

CI: 1727035493

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Certifico que el contenido del siguiente proyecto ha sido elaborado en su totalidad por:

MALENA FERNANDA MORENO BÁRCENAS

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Estrella Macías Malisa del Carmen', is written over a horizontal line.

MSC. ESTRELLA MACÍAS MALISA DEL CARMEN.

Directora del Trabajo de Titulación

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer primero a Dios, que sin su amor y protección no podría cumplir cada uno de mis sueños y metas.

A mi familia por su apoyo incondicional, su confianza y el amor que cada día me entregan.

A mi tutora Malisa Estrella, por su tiempo, su dedicación y su ayuda durante estos meses de gran aprendizaje.

A mis maestros de la Universidad que supieron brindarme sus conocimientos y experiencia para poder llegar a ser una gran profesional y ser humano.

A mis compañeras de curso, que con su amistad y su apoyo hemos llegado muy alto, derribando cualquier tipo de obstáculo que hemos encontrado en tantas situaciones.

Gracias colegas!.

A mis mejores amigas Diana y Jessy que sin su ayuda, sus consejos y su amistad, nada sería igual.

DEDICATORIA

A mi padre, Vladimir, que por su lucha diaria, su amor incondicional, su apoyo y su sacrificio, ha logrado sacarme adelante, ha podido brindarme todo para poder llegar a terminar esta meta tan importante para mí. Y que además ha logrado demostrarme que nada en la vida es imposible, que todas las cosas suceden por alguna razón y sobretodo me ha enseñado a ser fuerte en las situaciones más duras de la vida. Te amo.

A mi hermana, que sin duda es la persona que más amo en el mundo, que a pesar de nuestras diferencias, eres mi compañera en todas las locuras, la causa de mis alegrías y quien aleja mis tristezas. Eres el mayor impulso para seguir luchando día a día, espero que llegues mucho más lejos de lo que yo he logrado y seas una gran profesional. Te amo mucho pequeña!

A mi madre, María Elena, que más que mi mamá ha sido mi amiga, la persona que ha hecho de mí una mujer de bien, aquella persona que a pesar de no tenerla siempre a mi lado, sé que ora por mí y me apoya en cada paso que doy. Por demostrarme que el amor y la fortaleza vence cualquier situación que se nos presente.

Gracias por todo y por tanto!.

FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	172703549-3
APELLIDO Y NOMBRES:	MORENO BÁRCENAS MALENA FERNANDA
DIRECCIÓN:	FRANCISCO DE RUMIHURCO N71-181 Y OCCIDENTAL
EMAIL:	malenafernanda777@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	2 499-543
TELÉFONO MOVIL:	0998126612

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"Propuesta de un plan de negocio para un Apart Hotel ubicado en el sector de Ñaquito, cantón Quito, provincia de Pichincha".
AUTOR O AUTORES:	MORENO BÁRCENAS MALENA FERNANDA
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	5 DE SEPTIEMBRE DEL 2016
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	MSC. MALISA DEL CARMEN ESTRELLA MACÍAS.
PROGRAMA	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA
RESUMEN:	Este trabajo de grado es realizado con el objetivo de hacer un estudio completo para la implementación de un establecimiento hotelero bajo la modalidad de apartamentos; mediante el uso de fuentes bibliográficas, encuestas y matrices financieras se puede determinar las condiciones actuales de la zona en estudio, la demanda como la oferta

en alojamiento existente en la ciudad de Quito y por último la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

Los principales beneficiarios de este estudio son los turistas no residentes en el Ecuador, ya que se identificará tanto sus necesidades como su comportamiento en sus estadías en la ciudad.

Este trabajo se ha dividido en 3 capítulos los cuales tratan los siguientes temas:

El capítulo uno, llamado Generalidades, es la base teórica del proyecto, en donde consta información relevante del país, de la provincia de Pichincha, de la ciudad de Quito y además se detallan los antecedentes y el diagnóstico de la parroquia de Ñaquito en cuanto a su situación geográfica, oferta bancaria, motores de atracción, embajadas y consulados. Por otro lado se realiza una explicación a cerca de la normativa de los Apart Hoteles en el país junto con una comparación en cuanto a los servicios requeridos en la normativa Chilena. Y por

último se revisó el contenido de un plan de negocio hotelero para su correcta implementación en este proyecto.

El capítulo 2 llamado Estudio de Mercado, contiene la determinación matemática de la oferta y de la demanda del proyecto, el perfil del turista que viene a la ciudad de Quito, el capítulo contiene además la estructuración de las encuestas y la tabulación de las mismas. Por último se detallan los resultados de las encuestas para tener una idea más clara sobre los requerimientos y las necesidades de los turistas en sus viajes a la ciudad.

El capítulo 3 llamado Propuesta contiene el estudio legal en donde se detallan todos los documentos que las diferentes entidades del Estado requieren para el buen funcionamiento de un proyecto nuevo.

El estudio técnico del proyecto consta de la definición de la ubicación, la marca, el slogan y valores corporativos de la empresa

	<p>El estudio administrativo cuenta con la definición del organigrama estructural, horarios de trabajo y la distribución de las plantas.</p> <p>Por ultimo está el estudio financiero del proyecto, en donde se definen los salarios, materia prima, inversiones, ingresos, costos, gastos, los balances financieros y las formulas financieras que definen la viabilidad, rentabilidad y la decisión de inversión del proyecto.</p>
ABSTRACT:	<p>This degree thesis is performed with the goal of making a comprehensive study for the implementation of an hotel in the form of apartments; using bibliographic references and financial sources can determine the current conditions of the study area, the demand and supply in existing housing in the city of Quito and ultimately the viability and profitability of the project.</p>

The main beneficiaries of this study are non-resident tourists in Ecuador, since both their needs and their behavior will be identified in their stay in the city.

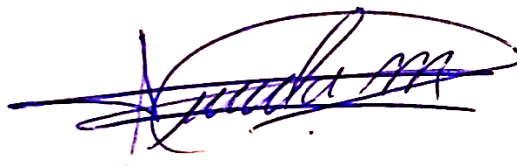
This work has been divided into 3 chapters which cover the following topics:

Chapter One, called "*Generalities*"; is the theoretical basis of the project, which includes relevant information about the country, in the province of Pichincha, the city of Quito and also history and diagnosis of the parish of Iñaquito detailed in terms of its geographical location, bank supply, engines attraction, embassies and consulates. On the other hand an explanation is made about the rules of the Apart hotels in the country along with a comparison in terms of the services required in the Chilean regulations. And finally the content of a plan for hotel business successful implementation of this project was revised.

Chapter 2 called "*Market Study*"; contains

	<p>the mathematical determination of supply and demand of the project, the profile of tourists coming to the city of Quito, the chapter includes the structuring of surveys and the tabulation. Finally the survey results to get a clearer idea about the requirements and needs of tourists on their trips to the city are detailed.</p> <p>Chapter 3 called <i>“Proposal”</i> contains the legal study where all documents that the various State agencies require for the proper functioning of a new project are detailed.</p>
--	---

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.



MALENA FERNANDA MORENO BÁRCENAS

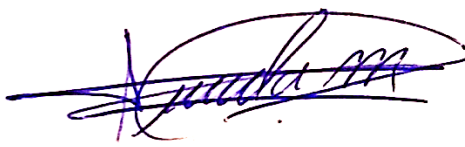
172703549-3

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **MALENA FERNANDA MORENO BÁRCENAS**, CI 172703549-3 autor/a del proyecto titulado: **"Propuesta de un plan de negocio para un Apart Hotel ubicado en el sector de Iñaquito, cantón Quito, provincia de Pichincha"**, previo a la obtención del título de **INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA** en la Universidad Tecnológica Equinoccial.

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 graduación 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 BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 5 de Septiembre del 2016.



MALENA FERNANDA MORENO BÁRCENAS

172703549-3

ÍNDICE

I.	Introducción	I
I.I	Formulación Del Problema.	II
III.	Objetivos De La Investigación.....	IV
_____	Objetivo General:	IV
_____	Objetivos Específicos:	IV
IV.	Justificación	IV
V.	Metodología	V
VI.	Métodos De Investigación.	VII
VII.	Técnicas De Investigación.	VIII
VIII.	Idea a Defender:.....	IX
CAPÍTULO I GENERALIDADES.....		31
1.1	Análisis Del Ecuador.....	1
<u>A.</u>	Información Relevante Sobre La Provincia De Pichincha.....	3
1.3	Reseña De La Ciudad De Quito	3
1.4	Parroquia De Ñaquito	4
1.5	Definición De Apart Hotel	10
1.5.1	Diferencia Entre Un Apart Hotel Y Un Hotel.....	16
1.5.2	Los Apart Hoteles Como Un Concepto Innovador En La Hotelería.....	18
1.6	Definición De Plan De Negocio:.....	19
1.6.1	Características Que Debe Cumplir Un Plan De Negocios	20
1.6.2	Plan De Negocios Hotelero	20
1.7	Marco Conceptual	25
CAPÍTULO II ESTUDIO DE MERCADO		31
2.1	Investigación De Mercado	31
2.1.1	Objetivos De La Investigación De Mercado:	31
2.1.2	Frecuencia De Visitas A Quito Por Mercado Emisor:	32
2.1.2.	Perfil Del Turista	35
2.2	Tamaño De La Muestra:	37
2.2.1	Fórmula.....	38
2.2.2	Diseño De La Encuesta.....	40
2.2.3	Tabulación/ Interpretación De Resultados.....	44
2.3	Oferta:.....	59
2.3.1	Oferta Directa	59
2.3.2	Oferta Indirecta	68
2.4	Demanda Histórica Y Estimación De Parámetros (Método Mínimos Cuadrados).....	79
2.5	Oferta Histórica Y Estimación De Parámetros (Método Mínimos Cuadrados).....	80
2.6	Balance Oferta- Demanda	81
2.7	Marketing Mix.	82
3.	Elección De Los Canales De Distribución:.....	86
CAPITULO III PROPUESTA		88

3.1. Marco Legal:	90
3.1.2 Permisos De Funcionamiento De Una Empresa:	90
3.1.3 Obtención Del Ruc (Registro Único De Contribuyentes):.....	91
3.1.3.1 Requisitos Generales Para Inscripción Y Actualización Del Ruc, Para Sociedades:	91
3.1.3.2 Requisitos Generales Para Identificación Del Representante Legal De La Sociedad En Inscripción O Actualización Del Ruc:.....	92
3.1.4 Requisitos Generales Para Identificación De La Ubicación Del Domicilio Y Establecimientos Del Contribuyente (Sociedad):	92
3.1.5 Requisitos Generales Para Obtener El Registro Turístico:	93
3.1.6 Licencia Metropolitana Única Para El Ejercicio De Actividades Económicas – Luae: 94	
3.1.7 Licencia Única Anual De Funcionamiento De Actividades Turísticas:	95
3.1.8 Permiso De Funcionamiento Del Cuerpo De Bomberos:	96
3.1.9 Permiso De Funcionamiento Emitido Por El Ministerio De Salud:.....	97
3.1.10 Patente Municipal:	97
3.1.11.Sociedad General De Autores Y Compositores Ecuatorianos:.....	98
3.1.12 Iepi (Para El Registro De La Marca):	99
3.1.13 Licencia Ambiental:	100
3.1.14 Registro Mercantil:	102
3.2 Estudio Técnico Y Administrativo.....	104
3.2.1 Ubicación.	104
3.2.2 Nombre De La Empresa.....	105
3.2.2.1 Marca	105
3.2.2.2 Slogan	106
3.2.3 Misión	106
3.2.4 Visión.....	106
3.2.5 Valores Corporativos	106
3.2.6 Distribución De Las Plantas:.....	107
3.2.7 Organigrama Estructural	109
3.2.8 Planificación De Trabajo.....	109
3.3.7.1 Cálculo Del Préstamo- Banco De Guayaquil	120
3.3.7.2 Amortización Del Préstamo.....	120
3.3.13 Cálculo De Las Herramientas Financieras.....	126
Conclusiones.....	128
Recomendaciones.....	129
Bibliografía.....	131
Anexos.....	137

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1: Oferta De Establecimientos De Alojamientos En La Zona De Iñaquito .	5
Tabla No. 2: Embajadas Y Consulados	6
Tabla No. 3: Entidades Bancarias	7
Tabla No. 4: Ministerios Y Otros Organismos Gubernamentales	8
Tabla No. 5: Otros Atractivos De La Zona.....	8
Tabla No. 6: Oferta De Apart Hoteles En Quito.....	9
Tabla No. 7: Clasificación Y Servicios De Los Apart Hoteles En Ecuador:.....	11
Tabla No. 8: Clasificación Apart Hoteles En Chile:.....	12
Tabla No. 9: Diferencias Y Semejanzas Entre Hotel Y Apart Hotel.....	16
Tabla No. 10 Visitas A Quito Por Mercado Emisor:	32
Tabla No. 11 Grupos De Edades De Turistas No Residentes.....	33
Tabla No. 12 MOTIVOS DE VIAJE DE TURISTAS No Residentes.	34
Tabla No. 13 Perfil Del Turista No Residente	35
Tabla No. 14: Ficha Técnica De La Investigación	38
Tabla No. 15 Tipos De Suites. Stanford Suites Hotel	60
Tabla No. 16. Demanda Histórica	79
Tabla No. 17. Oferta Histórica.....	80
Tabla No. 18. Balance Oferta- Demanda.....	81
Tabla No. 19 Método No Compensatorio De Los Canales De Distribución.....	86
Tabla N. 20 Horario De Recepción	109
Tabla N. 21 Horario De Reservas	109
Tabla N.22 Horario De Housekeeping	110
Tabla N.23 Horario De Lavandería	110
Tabla N. 24 Horario De Mantenimiento	110
Tabla N. 25 Horario Del Contador General.....	110
Tabla N.26 Horario De Relaciones Públicas	110
Tabla N. 27 Horario De Seguridad	111
Tabla N.28 Horario De Bodegas.....	111
Tabla N.29 Proyección Sueldos Mano De Obra Directa	112
Tabla N.30 Proyección Sueldos Personal Administrativo.....	113
Tabla N.31 Cálculo Muebles Y Enseres	114
Tabla N.32 Cálculo Maquinaria Y Equipo	114
Tabla N.33 Cálculo De Equipos De Oficina.....	114
Tabla N.34 Cálculo De Equipos De Computación	115
Tabla N.35 Cálculo De Lencería	115
Tabla N.36 Cálculo De Menaje De Cocina	115
Tabla N.37 Proyección Y Depreciación De Las Inversiones	116
Tabla N.38. Mantenimiento De Activos Fijos	116
Tabla N.39. Otros Gastos Indirectos.....	117

Tabla N.40. Proyección Otros Gastos Indirectos	117
Tabla N.41. Activos Diferidos	117
Tabla N.42. Insumos Y Suministros De Limpieza	118
Tabla N.43 Estimación Capacidad Máxima	118
Tabla N.44 Cálculo De La Demanda Promedio En Habitaciones	118
Tabla N. 45 Proyección De Ventas En Hab. Simple Y Doble.....	119
Tabla N.46 Proyección De Ventas Totales	119
Tabla N.47 Calculo De Tarifas	119
Tabla N.47 Inversión Total	120
Tabla N.48 Resumen De Costos Y Gastos	121
Tabla N.49 Proyección De Políticas Financieras.....	122
Tabla N.50 Proyección De Costos Y Ventas	122
Tabla N.51 Balance General	123
Tabla N.52 Estado De Pérdidas Y Ganancias.....	125
Tabla N.53 Flujo De Caja Del Inversionista Proyectado.....	125
Tabla N. 54 Punto De Equilibrio	127

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No.1. Edad del encuestado	44
Figura No.2. Género del encuestado.....	44
Figura No.3. Profesión del encuestado	45
Figura No.4. Lugar de residencia del encuestado	46
Figura No.5 frecuencia de viaje	46
Figura No.6. Motivo de viaje.....	47
Figura No.7. Tipo de alojamiento	48
Figura No.8. Servicios	49
Figura No.9. Gasto promedio	50
Figura No.10. Conocimiento de los Apart Hoteles.....	50
Figura No.11. Apart Hotel en Iñaquito	51
Figura No.12 Edad	51
Figura No.13. Género	52
Figura No.14. Profesión.....	52
Figura No.15. País de Residencia	53
Figura No.16. Frecuencia de viaje	53
Figura No.17. Motivos de viaje	54
Figura No.18. Tipo de Alojamiento.....	55
Figura No.19. Servicios	56
Figura No.20. Gasto promedio	57
Figura No.21. Conocimientos de los Apart Hoteles	57
Figura No.22. Motivos de viaje	58
Figura N23. Ubicación	105

RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo de grado es realizado con el objetivo de hacer un estudio completo para la implementación de un establecimiento hotelero bajo la modalidad de apartamentos; mediante el uso de fuentes bibliográficas, encuestas y matrices financieras se puede determinar las condiciones actuales de la zona en estudio, la demanda como la oferta en alojamiento existente en la ciudad de Quito y por último la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

Los principales beneficiarios de este estudio son los turistas no residentes en el Ecuador, ya que se identificará tanto sus necesidades como su comportamiento en sus estadías en la ciudad.

Este trabajo se ha dividido en 3 capítulos los cuales tratan los siguientes temas:

El capítulo uno, llamado Generalidades, es la base teórica del proyecto, en donde consta información relevante del país, de la provincia de Pichincha, de la ciudad de Quito y además se detallan los antecedentes y el diagnóstico de la parroquia de Ñaquito en cuanto a su situación geográfica, oferta bancaria, motores de atracción, embajadas y consulados. Por otro lado se realiza una explicación a cerca de la normativa de los Apart Hoteles en el país junto con una comparación en cuanto a los servicios requeridos en la normativa Chilena. Y por último se revisó el contenido de un plan de negocio hotelero para su correcta implementación en este proyecto.

El capítulo 2 llamado Estudio de Mercado, contiene la determinación matemática de la oferta y de la demanda del proyecto, el perfil del turista que viene a la ciudad de Quito, el capítulo contiene además la estructuración de las encuestas y la tabulación de las mismas. Por último se detallan los resultados de las encuestas para

tener una idea más clara sobre los requerimientos y las necesidades de los turistas en sus viajes a la ciudad.

El capítulo 3 llamado Propuesta contiene el estudio legal en donde se detallan todos los documentos que las diferentes entidades del Estado requieren para el buen funcionamiento de un proyecto nuevo.

El estudio técnico del proyecto consta de la definición de la ubicación, la marca, el slogan y valores corporativos de la empresa

El estudio administrativo cuenta con la definición del organigrama estructural, horarios de trabajo y la distribución de las plantas.

Por ultimo está el estudio financiero del proyecto, en donde se definen los salarios, materia prima, inversiones, ingresos, costos, gastos, los balances financieros y las formulas financieras que definen la viabilidad, rentabilidad y la decisión de inversión del proyecto.

ABSTRACT

This degree thesis is performed with the goal of making a comprehensive study for the implementation of an hotel in the form of apartments; using bibliographic references and financial sources can determine the current conditions of the study area, the demand and supply in existing housing in the city of Quito and ultimately the viability and profitability of the project.

The main beneficiaries of this study are non-resident tourists in Ecuador, since both their needs and their behavior will be identified in their stay in the city.

This work has been divided into 3 chapters which cover the following topics:

Chapter One, called "*Generalities*"; is the theoretical basis of the project, which includes relevant information about the country, in the province of Pichincha, the city of Quito and also history and diagnosis of the parish of Iñaquito detailed in terms of its geographical location, bank supply, engines attraction, embassies and consulates. On the other hand an explanation is made about the rules of the Apart hotels in the country along with a comparison in terms of the services required in the Chilean regulations. And finally the content of a plan for hotel business successful implementation of this project was revised.

Chapter 2 called "*Market Study*"; contains the mathematical determination of supply and demand of the project, the profile of tourists coming to the city of Quito, the chapter includes the structuring of surveys and the tabulation. Finally the survey results to get a clearer idea about the requirements and needs of tourists on their trips to the city are detailed.

Chapter 3 called "*Proposal*" contains the legal study where all documents that the various State agencies requires for the proper functioning of a new project are detailed.

The technical study of the project consists of defining the location, brand, slogan and corporate values of the company

The administrative study has the definition of structural organization, working hours and distribution of plants.

Finally there is the financial study of the project, where wages, raw materials, investment, income, costs, expenses, financial statements and financial formulas that define the viability, profitability and investment decision of the project are defined.

I. INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

En el Ecuador, el turismo es uno de los sectores que más aporta a la economía interna, siendo así que su patrimonio natural tanto en flora como en fauna, recrea paisajes naturales únicos en el mundo, los cuales son el centro de atención de los turistas nacionales como internacionales.

Es importante mencionar que el crecimiento del turismo en el país está estrechamente relacionado con la oferta hotelera y la gastronomía, de modo que estos tres factores brindan el soporte para el desarrollo y solvencia de la economía del país.

La industria hotelera ecuatoriana ha ido creciendo significativamente en las últimas décadas debido al incremento de inversiones por parte del sector público y privado dentro y fuera del país, teniendo así, una amplia gama de oferta hotelera, que se adapta a todo tipo de cliente que viaja al Ecuador (PP el Verdadero, 2014).

La ciudad de Quito, es un destino turístico por excelencia, que brinda a sus visitantes la oportunidad de pernoctar en la misma ciudad o servir de paso para otros destinos turísticos dentro del país, en donde la mayoría de parroquias y barrios albergan empresas de hospedaje, alimentación y recreación para los visitantes.

En la ciudad existen sectores que son un eje de concentración de edificios financieros, ministerios y empresas privadas, tal es el caso de la parroquia de Ñaquito, ubicado al norte de la capital, cuya historia se remonta a finales de los años 70 cuando la ciudad empezó a expandirse hacia los extremos norte y sur.

Si bien en aquel entonces pocas casas construidas con adobe y cubiertas de teja formaban parte de un panorama desolador y alejado de todo, hoy en día grandes

edificaciones, entidades bancarias, centros comerciales y lugares de esparcimiento como el parque La Carolina y el Estadio Olímpico Atahualpa ocupan estos espacios. (PP el Verdadero, 2014)

I.I FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

Al evaluar las cifras de turistas de negocios que vienen a la ciudad de Quito, se pudo determinar que conforman el 12% del total de visitas, esto quiere decir que es un mercado amplio y que en su totalidad se aloja en Hoteles de lujo o de primera categoría. (Quito Turismo, 2015).

La parroquia de Iñaquito, a pesar de no ser un atractivo turístico, es famosa por ser un importante centro de negocios, donde los empresarios hacen largas estadías en la ciudad debido a diferentes motivos como ferias, reuniones, congresos y eventos corporativos. Convirtiendo así al turismo de negocios como una de las oportunidades de negocios más atractivas para la industria.

(Quito Turismo, 2015), Revela datos importantes para la investigación, en donde se puede determinar que tan solo el 1% de establecimientos de alojamiento pertenecen a Apart Hoteles, un 9% a hoteles y en el mayor porcentaje a los hostales residencia con un 28%, esto quiere decir que la demanda y la oferta de Apart Hoteles es escasa o nula debido a diversos factores como la falta de promoción e incentivo hacia este tipo de alojamientos, desconocimiento y baja credibilidad en ellos. En lo que se refiere a las preferencias de los visitantes hacia algún tipo de establecimiento, se determinó que un 39% llegan a casa de familiares o amigos, un 37% opta por los Hoteles tradicionales de cadenas o franquicias y un 12% Hostales.

En el sector de Iñaquito se puede encontrar Hoteles de lujo como el Hotel Sheraton, Hotel Dann Carlton, Hotel Howard Johnson y el Hotel Casino Plaza, además

se encuentra el Hotel Le Parc, un hotel de primera categoría y un apartamento turístico, Lugano Suites; Pero la parroquia de Ñaquito no cuenta con una oferta de Apart Hoteles, los cuales tienen una marcada diferencia en cuanto a la composición, el uso y el servicio que brindan en comparación con un apartamento turístico por lo que, la inexistencia de un establecimiento como tal, tentativamente podría deberse al dominio de ciertos terrenos por parte de la empresa pública, a la falta de emprendimientos en este campo y al desconocimiento de este tipo de negocios.

La no consecución de este proyecto en la parroquia de Ñaquito, traería una desventaja en el desarrollo económico de esta zona, porque habría una pérdida de oportunidad de ventas para pequeños y grandes proveedores en áreas como alimentos y bebidas, maquinaria y equipo para hoteles, amenities, blancos, entre otros; otro punto a considerar es que no habría la posibilidad de la apertura de puestos de trabajo para la gente del sector de Ñaquito y sus alrededores, y por supuesto para los profesionales en la Hotelería, lo que podría contribuir al incremento de la tasa de desempleo de la ciudad, que actualmente bordea un 5,7% a nivel nacional según datos del INEC y por último habría poca afluencia de turistas a la zona, algo que afectaría cuantiosamente a las pequeñas y medianas empresas de este sector.

A pesar de que Quito ya es conocido internacionalmente como un destino líder en Sudamérica, el enfoque que los dueños de negocios de hospedaje o emprendedores debe ser el de llegar a cubrir a varios tipos de mercado, ofreciendo tanta variedad de servicios como tipos de clientes llegan a la ciudad.

Por último, mediante fórmulas financieras se va a poder determinar la rentabilidad y el punto de equilibrio del negocio, de modo que, antes de tomar decisiones sobre la ejecución de la empresa, se pueda tener un fundamento lógico numérico sobre la factibilidad del mismo.

III. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General:

- Determinar la factibilidad para la creación de un Apart Hotel en la parroquia de Ñaquito para brindar una opción de alojamiento más cómodo y accesible en la ciudad de Quito.

Objetivos Específicos:

- Elaborar una descripción detallada de un Apart hotel para identificar sus principales características, estructura, organización y servicios.
- Elaborar un estudio de mercado para establecer la oferta actual y la demanda potencial del proyecto.
- Desarrollar la propuesta del proyecto, mediante los procesos legales, administrativos y financieros requeridos para la puesta en marcha del negocio.

IV. JUSTIFICACIÓN

Es importante realizar esta investigación para poder determinar las necesidades y demandas de los turistas tanto nacionales como internacionales que llegan a la ciudad de Quito y así brindarles una opción de alojamiento más cómodo y accesible.

Poner en práctica los resultados de esta investigación brindará una gran aceptación por parte de los viajeros que realizan largas estadías en la ciudad de Quito los cuales buscan los mismos servicios de un hotel con precios módicos.

Una de las ventajas que este proyecto trae a los habitantes de la parroquia de Ñaquito es el poder desarrollar nuevas fuentes de empleo a los profesionales en la rama de la Hotelería y además otorgar nuevas fuentes de ingresos a los negocios de los alrededores del sector de Ñaquito.

Esta investigación otorga relevancia al sector debido a la falta de oferta de establecimientos del tipo del objeto de estudio, además de ser novedosa, esta idea de negocio brinda grandes posibilidades de desarrollo turístico y hotelero a la ciudad de Quito.

El turismo de negocios será el mayor beneficiario de este proyecto, a pesar de que no es un mercado desatendido, un Apart Hotel será la respuesta a todos sus requerimientos básicos para que su estadía sea cómoda y placentera, de modo que, en sus visitas a la ciudad, prioricen su hospedaje en este tipo de establecimiento.

El desarrollo de este modelo de negocio será beneficioso para la investigadora ya que es una aplicación del aprendizaje adquirido durante toda la carrera.

El impacto social y financiero se espera que sea positivo tanto para la los comerciantes de la zona como para la economía del país debido a que se abre la posibilidad de ofrecer nuevos sitios de alojamiento para el turista que visita Quito, siendo esto, una oportunidad de mayores ingresos para el país.

Como todo proyecto hotelero, un Apart Hotel va a causar impactos ambientales, pero es obligación de la investigadora hacer un estudio riguroso a cerca del proceso de construcción y operación del negocio cumpliendo con las leyes ambientales necesarias, para que así se minimicen esos impactos y de alguna manera poder contribuir con la estabilidad del medio ambiente de la zona.

V. METODOLOGÍA

Investigación Bibliográfica:

“Es aquella investigación para recoger y analizar información secundaria contenida en diversas fuentes bibliográficas, es decir se apoya en las consultas, análisis y crítica de otros documentos”. (Posso Yépez, 2011, pág. 20).

Para esta investigación es necesario realizar una investigación bibliográfica con lecturas de estudios previos a cerca de la planeación, dirección y organización de establecimientos hoteleros; las leyes, normas y reglamentos de actividades turísticas en el Ecuador y de igual manera se va a revisar proyectos de grado anteriores con un contenido similar al de esta investigación, para recolectar datos que pueden ser de gran utilidad en la construcción de la idea de negocio para la parroquia de Iñaquito.

Investigación Descriptiva:

Se trata de un procedimiento que consiste en desarrollar una teoría empezando por formular sus puntos de partida o hipótesis básicas y deduciendo luego sus consecuencias con la ayuda de las subyacentes teorías formales. Sus partidarios señalan que toda explicación verdaderamente científica tendrá la misma estructura lógica, estará basada en una ley universal, junto a ésta, aparecen una serie de condicionantes iniciales o premisas, de las cuales se deducen las afirmaciones sobre el fenómeno que se quiere explicar. (Gómez, 2004).

Para este proyecto, se aplicará una investigación Descriptiva que ayude a determinar la factibilidad de ejecución de este plan en cuanto se refiere a la situación que guardan los negocios hoteleros en la parroquia de Iñaquito, a la macro y micro localización del Apart Hotel, los permisos pertinentes según las leyes del Ecuador; conjuntamente se evaluará la posible competencia, los negocios del sector, las tendencias internacionales que pueden ser implementadas en este negocio y principalmente los clientes potenciales del mismo.

Investigación Exploratoria:

“Es una investigación que maneja información general respecto a un fenómeno o problema poco conocido, incluyendo la identificación de posibles variables a estudiar en un futuro”. (Carballo, 2013).

En este estudio, se realizará una investigación de tipo Exploratoria, ya que no existe un estudio previo de Apart Hoteles en Iñaquito, pero es indispensable tener una herramienta que permita recolectar información general acerca de la estructura básica, categorización y funcionamiento de un Apart Hotel, y sus posibles impactos ambientales en el sector.

VI. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.

Método inductivo-deductivo:

Este método se compone de una primera etapa que se caracteriza por la inducción de principios explicativos a partir de los fenómenos observados, y después en una segunda etapa, sobre estos principios se construyen enunciados que los contengan y se refieran a los fenómenos. Es decir, que la primera parte del proceso consiste en la creación de un cuerpo teórico que explique, a través de unos principios elementales, los fenómenos, y la segunda parte del proceso consiste en deducir leyes generales para los fenómenos, constituidas por el cuerpo teórico formado y válidas para explicar y/o aplicar los fenómenos. (Losee, 1976)

El método deductivo toma parte en este proyecto al momento de extraer las leyes y reglamentos que la ley impone a cerca de la normativa para establecimientos hoteleros, de tal modo de particularizar estas leyes a la creación de un Apart Hotel en la parroquia de Iñaquito. Con forme se dé el avance de la investigación, se procederá a la implementación del método inductivo, en donde, partiendo del razonamiento de los datos obtenidos en la encuesta y en la observación, se podrá definir conclusiones generales que servirán de referencia para futuros estudios de creación de empresas hoteleras en la zona de estudio.

Método analítico sintético:

Método filosófico dualista por medio del cual se llega a la verdad de las cosas, primero se separan los elementos que intervienen en la realización de un fenómeno determinado, después se reúnen los elementos que tienen relación lógica entre sí hasta completar y demostrar la verdad del conocimiento. (Raúl, 2009).

Se utilizará el método analítico separando los elementos que conforman esta investigación, esto se refiere a la parte técnica, financiera, de mercado y legal del proyecto, para luego sintetizar y relacionar toda esta información y poder dar un diagnóstico definido a cerca del objeto de estudio en cuanto a factibilidad y viabilidad del mismo.

Método Cuantitativo

Los estudios de corte cuantitativo pretenden la explicación de una realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva.

Su intención es buscar la exactitud de mediciones o indicadores sociales con el fin de generalizar sus resultados a poblaciones o situaciones amplias. Trabajan fundamentalmente con el número, el dato cuantificable (Galeano, 2004,24) citado por (Ruiz, 2012).

Esta investigación, al manejar datos numéricos en cuanto se refiere a proyecciones de ventas, punto de equilibrio, flujos de caja, tasa interna de retorno etc. En donde los resultados se arrojarán indicadores exactos, objetivos y sólidos y fiables.

VII. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

Observación

Al aplicar el método de la observación, el investigador se limita a ver y analizar las acciones y hechos que le interesan, sin establecer comunicación con los sujetos de estudio. La observación puede hacerse mediante personas o con el uso de aparatos mecánicos. En ocasiones

resulta adecuado, más objetivo y económico observar la conducta de las personas y anotarla para sacar conclusiones. Cuando usamos el método de la observación evitamos que las personas mientan, ya que nos damos cuenta de lo que realmente sucede. (Benassini, Segunda Edición, 2009, pág. 65)

La observación ayudará a examinar la competencia directa e indirecta, la línea de productos y servicios que ellos usan y ofertan al público, los precios y sus principales segmentos de mercado. Además se realizará una lista de los negocios y empresas del sector para poder identificar el grado de beneficio que les traería la consecución de este proyecto.

Encuesta

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello se utiliza un cuestionario que cuenta con un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. (Puente, s/f)

Para la recolección de datos, se utilizará la técnica de la encuesta que será aplicada a clientes potenciales de zonas geográficas estratégicas y así poder determinar el perfil del futuro cliente, evaluando sus gustos, preferencias, deseos, nivel de ingresos, frecuencia de viaje, duración de sus estadías, entre otros.

VIII. IDEA A DEFENDER:

Con la aplicación de este plan de negocio en la parroquia de Iñaquito se conseguirá un crecimiento en la Economía de las micro empresas de la zona, así como también la apertura de nuevas plazas de trabajo para los habitantes de la parroquia o sus alrededores, mejorando significativamente su estilo de vida y sus ingresos familiares. Y para el turista internacional se abrirá una nueva opción de hospedaje en sus visitas a la ciudad de Quito, y como resultado, ingresarán mayores divisas a la economía del país.

CAPÍTULO I

1. GENERALIDADES

Al ser este, un plan de negocio dirigido a la creación de un Apart Hotel en la parroquia de Ñaquito, es necesario hacer una breve reseña del Ecuador, de la Provincia de Pichincha y dentro de la información de Quito, se revisarán datos importantes de la parroquia ya mencionada como de la oferta de alojamiento, atractivos, embajadas, entidades bancarias y gubernamentales. Seguido de esto, se procederá a la revisión de la definición, clasificación y la normativa para categorización de un establecimiento hotelero en modalidad de Apartamento Turístico o también llamado Apart Hotel, todo esto tomando datos referenciales de países como Chile, que manejan este tipo de negocios hoteleros con mucha más experiencia, amplitud y exactitud que aquí en la ciudad de Quito, además que se estudiarán algunas ideas innovadoras internacionales en cuanto a la decoración y equipamiento de los Apart Hoteles y por último se realizará el análisis del concepto de un plan de negocio hotelero, su aplicación, tipología y características.

1.1 Análisis del Ecuador

La República del Ecuador ubicada en el noroccidente de América del Sur, tiene un área de 283 561 km² y posee una población que supera los 16 millones de habitantes, lo que lo transforma en el octavo país más poblado de Latinoamérica. Ecuador es un importante exportador de petróleo en la región, además consta como el principal exportador de banano a nivel mundial y uno de los principales exportadores de flores, camarones y cacao (Banco Mundial).

El Ecuador posee 24 provincias, divididas de la siguiente manera: 6 provincias de la Costa, 11 provincias de la Sierra, 6 provincias del Oriente, 1 provincia de la región Insular.

Es importante resaltar al país en materia turística, es decir, los premios y reconocimientos que el Ecuador ha logrado, así como también la promoción que se ha manejado en el transcurso de algunos años y que han ido por varias ciudades importantes de todo el mundo, atrayendo así a nuevos mercados emisores y como también lograr la completa fidelización de los turistas que frecuentan principalmente la ciudad de Quito así como también otras ciudades del país, en donde las razones de visitas son varias como: la gastronomía, los negocios, turismo cultural, religioso y deportivo, entre otras.

En lo que respecta a los reconocimientos en los Oscar del Turismo; Quito, en los premios World Travel Awards del año 2016, cuya sede fue la ciudad de Lima-Perú, alcanzó 8 reconocimientos, entre los que se encuentran: Mejor destino de América del Sur: Quito, Aeropuerto líder de América del Sur: Tababela-Quito, Destino de viaje de negocios de Sudamérica: Guayaquil, entre otros. (El Universo.com, 2016)

Estos premios sin duda se deben a las campañas realizadas por el gobierno Ecuatoriano, como la pauta en el *Super Bowl*, la campaña *Feel Again* y la campaña *All you need is Ecuador*. Además el país ha marcado nuevos mercados objetivos atrayéndolos al país mediante la apertura de nuevas rutas, horarios y a la capacidad operativa de las aerolíneas que llegan y salen del Ecuador y todo esto va sumado a las grandes inversiones en proyectos turísticos en estos años como por ejemplo la rehabilitación del sistema férreo en el país, que a más de repotenciar al turismo, ha logrado generar mayores fuentes de trabajo, además ha conseguido dinamizar la

economía local de varias localidades considerados anteriormente en olvido tras el abandono de esta emblemática obra. Siendo así que se han generado más de 3.500 empleos directos y unos 11.000 indirectos, cifra que va en aumento año tras año. (PP el verdadero, 2013)

a. Información Relevante sobre la Provincia de Pichincha

La provincia de Pichincha, le debe su nombre a un estratovolcán del mismo nombre. Pichincha se ubica al norte del país, en territorio, pero que en su capital, Quito, se concentra cerca del 90% del total de sus habitantes (unos 2.145.243 habitantes).

La provincia de Pichincha está dividida en 8 cantones los cuales son: Cayambe, Mejía, Pedro Moncayo, Pedro Vicente Maldonado, Puerto Quito, Distrito Metropolitano de Quito, Rumiñahui y San Miguel de los Bancos, siendo éstos poseedores de vías y rutas que comunican a la Sierra con el Oriente y la Costa.

1.3 Reseña de la ciudad de Quito

Quito es la capital política y económica de la República del Ecuador, cuenta con alrededor de 2,2 millones de habitantes en todo el distrito. Su altitud es de 2 700 msnm y está dividida en 32 parroquias urbanas y 33 parroquias rurales (Quito, 2014) .

La ciudad de Quito a más de ser la capital del país, es uno de los centros principales centros turísticos a nivel mundial tanto para turistas de negocios (convenciones, congresos, cumbres, certámenes de belleza entre otros), como para aquellos que prefieren viajar en grupos de amigos o en familia, en la ciudad se puede encontrar una gran variedad de establecimientos hoteleros, de alimentos y bebidas y lugares atractivos para los visitantes.

1.3.1 Atractivos Turísticos de Quito

En lo que se refiere a las principales atracciones turísticas que Quito dispone, se puede encontrar a: El Panecillo, el Teleférico, la Mariscal, la Mitad del Mundo, el Zoológico de Guayllabamba, el centro histórico (siendo la calle La Ronda la más concurrida por los turistas), el Museo de la Ciudad, la Iglesia de La Compañía, y en el Sur de la ciudad se puede encontrar la estación de trenes de Chimbacalle, el Museo Interactivo de Ciencias y el legendario Teatro México (Quito Adventure, s/f). Dentro de los sitios de alojamiento, Quito cuenta con una amplia oferta de hoteles, hosterías, haciendas, apartamentos hasta los conocidos hostales "bed & breakfast" propios de la zona de la Mariscal. Estos lugares ofrecen variedades en precio, categoría (alojamientos desde tercera categoría hasta hoteles 5 estrellas) y ubicación para todo tipo de cliente, necesidad y de presupuesto.

1.4 Parroquia de Ñaquito

Esta parroquia antes fue llamada Benalcázar en honor al conquistador español que fundó la ciudad de Quito en 1534, pero que hoy en día se la conoce oficialmente bajo el nombre de Ñaquito, el cual es un nombre ancestral que tenía la zona desde los tiempos de los quitus.

Ñaquito es una de las 32 parroquias Urbanas de Quito, y está ubicada al noroeste de la ciudad. En su territorio se ubica el centro financiero y bancario más importante de la capital, el distrito empresarial y comercial de la calle República del Salvador, además, esta zona alberga sitios de entretenimiento y ocio como el estadio Olímpico Atahualpa, la tribuna de los Shiris, el recién remodelado parque La Carolina, el Boulevard de las Naciones Unidas, el cual funciona como centro de exposiciones artísticas como de música, escultura y fotografía; y centros comerciales tales como: el

CCI (Centro Comercial Iñaquito), el CCNU y el Quicentro Shopping, entre otros los cuales poseen una gran oferta gastronómica para todos los gustos de los quiteños y sus visitantes. Por último se encuentran mercados, sitios de esparcimiento como Bares, Salsotecas, Discotecas, Piscinas y locales de renta para eventos.

Tabla No. 1: Oferta de establecimientos de alojamientos en la zona de Iñaquito

OFERTA DE ALOJAMIENTO EN IÑAQUITO		
NOMBRE	CATEGORIA	Núm. Habitaciones
Hotel Sheraton	5 estrellas	138 habitaciones
Hotel Akros	4 estrellas	128 habitaciones
Hotel Howard Johnson	3 estrellas	90 habitaciones
Hotel Finlandia	4 estrellas	122 habitaciones
Hotel Dann Carlton	5 estrellas	210 habitaciones
Hotel Le Parc	5 estrellas	30 habitaciones
Hotel J.W Marriot	5 estrellas	257 habitaciones
Hotel 6 De Diciembre	3 estrellas	70 habitaciones
Hotel Best Western	5 estrellas	110 habitaciones
Hotel Holiday Inn Express	3 estrellas	141 habitaciones
Hotel Sebastián	4 estrellas	55 habitaciones
Hotel Savoy Inn	3 estrellas	65 habitaciones
Hotel Sumag	3 estrellas	45 habitaciones
Hostal Vieja Cuba	3 estrellas	26 habitaciones
Lugano Suites	4 estrellas	23 habitaciones
Balmoral Suites	3 estrellas	16 habitaciones
Hostal San Gabriel	3 estrellas	14 habitaciones
Galaxy Apart Hotel	4 estrellas	9 Suites, 10 Habitaciones y 3 Apartamentos

Fuente: (Hoteles Ecuador)
Elaborado por: Malena Moreno

Tabla No. 2: Embajadas y Consulados

EMBAJADAS Y CONSULADOS
Consulado De Chile
Embajada De Canadá
Embajada De Suiza
Embajada De Alemania
Embajada De México
Embajada De Perú
Embajada De Cuba
Embajada De Honduras
Embajada De Brasil
Embajada De China
Embajada Del Reino Unido
Embajada De República Dominicana
Embajada Del Salvador
Embajada De Japón
Embajada De Turquía

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Malena Moreno

Tabla No. 3: Entidades Bancarias

ENTIDADES BANCARIAS
Banco Del Pichincha
Banco Del Pacifico
Banco General Rumiñahui
Banco Internacional BanRed
Banco De Loja
Banco Procredit
Produbanco
Banco Capital
Banco Del Austro
Biess
Banco De Guayaquil
Mutualista Pichincha
Banco Bolivariano
Corporación Financiera Nacional
Asociación De Bancos Privados

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Malena Moreno

Tabla No. 4: Ministerios y otros Organismos Gubernamentales

Ministerios Y Otros Organismos
Ministerio De Educación
Ministerio De Relaciones Laborales
Ministerio De Salud Pública
Superintendencia De Economía Popular Y Solidaria

Fuente: Google Maps
Elaborado por: Malena Moreno

Tabla No. 5: Otros Atractivos de la Zona

Otros Atractivos
Estadio Olímpico Atahualpa
Centro Comercial Ñaquito
Centro Comercial Quicentro Norte
Centro Comercial Mall el Jardín
Centro Comercial Naciones Unidas
Registro Civil
Centro de Exposiciones Quito

Fuente: Google Maps
Elaborado por: Malena Moreno

Se considera importante realizar una comparación de la oferta de los servicios de los Apart Hoteles en la ciudad de Quito, esta información será útil para definir la propuesta de este proyecto tanto en el equipamiento y los servicios que se ofrecerán. Para esto se ha tomado como referencia 10 Apart Hoteles, los cuales únicamente 3 de ellos constan registrados en el catastro municipal dentro de la categorización de Hoteles Apartamentos.

Tabla No. 6: Oferta de Apart Hoteles en Quito

OFERTA APART HOTELES EN QUITO																	
NOMBRE	HABITACIONES	SERVICIOS															
		BAÑO COMPLETO	SALA	COMEDOR	COCINA	ACCESO A INTERNET	RESTAURANTE		ROOM SERVICE	LAVANDERÍA	PARQUEADERO	SERVICIO DE TRANSFER IN/OUT	CENTRO DE NEGOCIOS	SALA DE EVENTOS	TOURS	GIMNASIO SPA	HAB. ESPECIALES
							DESAYUNO	ALMUERZO									
APART HOTEL GALAXY SUITES	9 Suites, 10 Habitaciones y 3 Apartamentos con 2 dormitorios	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						
FILATELIA APART HOTEL	HAB.: SENCILLA, DOBLE, TRIPLE, SUPERIOR. SUITES: 1,2,3 PAX y PENTHOUSE 5,6 PAX	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X					
WALTHER APART HOTEL	18 SUITES	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X			
AMARANTA APART HOTEL	habitaciones, suites, un apartamento master y dos penthouses (22 en total)	X	X	X	X	X	X				X	X	X		X		
APART HOTEL LA COLINA	22 ALOJAMIENTOS	X	X		X	X	X	X			X	X				X	
ATINEA APART HOTEL	11 SUITES, 3 APARTAMENTOS	X	X	X		X			X	X	X	X			X		
HOTEL CARRERA 901	HABITACIONES N/S, MOVILIDAD REDUCIDA, FAMILIARES E INSONORIZADAS				X	X					X	X				X	X
MAYCRIS APARTMENT EL BOSQUE	Habitaciones insonorizadas, Habitaciones familiares y no fumadores	X	X	X	X	X										X	
STANFORD SUITES	SUITES: EJECUTIVA, ESTÁNDAR, MATRIMONIAL, FAMILIAR	X	X	X	X		X	X					X	X		X	
MELROSE SUITES PLAZA HOTEL	28 SUITES	X	X	X	X	X	X				X		X			X	

Elaborado por: Malena Moreno

1.5 Definición de Apart Hotel

Partiendo del concepto más básico y conocido en la Industria Turística, en el país, existe una definición concreta, que dice:

(REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS , 2002, pág. 6), en su sección 4, artículo 16 determina:

“Es hotel apartamento, o apart-hotel, todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general alojamiento en apartamentos con todos los servicios de un hotel, exceptuando los de comedor. Dispondrá de un mínimo de treinta apartamentos y de muebles, enseres, útiles de cocina, vajilla, cristalería, mantelería, lencería, etc. para ser utilizados por los clientes sin costo adicional alguno. Podrá disponer además de cafetería”.

Para la clasificación de este tipo de alojamiento turístico, primero se debe considerar que en la ciudad de Quito, no existe una gran oferta y demanda de Apart Hoteles, según datos obtenidos del Boletín de Ocupación Hotelera a Diciembre del 2015, la ocupación promedio de los Hoteles Apartamento fue del 51,7% anual, además que la mayoría de estos establecimientos que funcionan en la ciudad se encuentran clasificados entre 1 y 3 estrellas, por lo que, para poder consolidar un concepto más detallado sobre la normativa que debería incluirse en estos establecimientos hasta una categoría de 5 estrellas o de lujo, se ha tomado como referencia el Reglamento De Clasificación, Calificación y Registro de Establecimientos de Alojamiento turístico Denominados como Hotel, Motel y Apart Hotel del gobierno de Chile.

En los cuadros a continuación se detallan los servicios, infraestructura y requisitos generales para la categorización de los Apart Hoteles.

Tabla No. 7: Clasificación y servicios de los Apart Hoteles en Ecuador:

REQUISITOS GENERALES Y DE EQUIPAMIENTO PARA APART HOTELES			
REQUISITOS	CATEGORÍA 1 ESTRELLA	CATEGORÍA 2 ESTRELLAS	CATEGORÍA 3 ESTRELLAS
Recepcionistas uniformados	✓	✓	✓
Teléfono público en un lugar que permita la utilización a los clientes a cualquier hora	✓	✓	✓
Botiquín de primeros auxilios.	✓	✓	✓
Mozo de equipajes		✓	✓
sala de espera		✓	
Estacionamiento para uso exclusivo de clientes		✓	✓
Mensajero y botones			✓
Salón social o vestíbulo amoblado y decorado			✓
Servicio de bar, restaurante o cafetería a petición de los clientes			✓

Fuente: (REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS , 2002)

Elaborado por: Malena Moreno

Tabla No. 8: Clasificación Apart Hoteles en Chile:

REQUISITOS GENERALES Y DE EQUIPAMIENTO PARA APART HOTELES			
REQUISITOS	CATEGORIA 3 ESTRELLAS	CATEGORIA 4 ESTRELLAS	CATEGORIA 5 ESTRELLAS
Agua fría y caliente en los baños y cocina en los departamentos	✓	✓	✓
Materiales, instalaciones y equipamiento de buena calidad	✓	✓	✓
Elementos de iluminación para casos de falta de suministro de energía eléctrica	✓	✓	✓
Ascensor, si tuviere tres o más pisos de diferencia entre el área de acceso o recepción y el resto de los recintos de uso de los huéspedes.	✓	✓	✓
Calefacción en todos los departamentos, y deberán mantenerse por sobre el mínimo establecido, a requerimiento de los huéspedes, en un 5% de los departamentos	✓	✓	✓
Área de acceso y espera con recepción.	✓	✓	✓
Teléfono para uso de los huéspedes, en la recepción.	✓	✓	✓
Dormitorio equipado con clóset, portamaletas, dos veladores y su respectiva luz, iluminación controlada.	✓	✓	✓
Baño equipado con ducha, excusado,	✓	✓	✓

espejo, lavamanos			
Cocina equipada con cocinilla, lavaplatos, refrigerador, estante de vajilla	✓	✓	✓
Atención permanente en la recepción	✓	✓	✓
Servicio de aseo y limpieza a los departamentos	✓	✓	✓
La mitad de los departamentos deben tener capacidad para cuatro o más camas, como mínimo.	✓	✓	✓
Estacionamiento que permita la ubicación simultánea de vehículos equivalente al 30% del total de apartamentos		✓	✓
Área de recepción y administración incluyendo conserjería que permita la permanencia simultánea del 5% de la capacidad de huéspedes del establecimiento.		✓	✓
Entrada independiente para uso exclusivo de los huéspedes		✓	✓
Superficie mínima de 20 metros cuadrados para los departamentos de un dormitorio con dos camas, de 28 metros cuadrados para los de cuatro camas y de 36 metros cuadrados para los de dos		✓	✓

dormitorios.			
Recepcionista permanente	✓	✓	✓
Servicio de desayuno, bar y cafetería a los departamentos.		✓	✓
Servicio de lavado y planchado de ropa		✓	✓
Despacho de correspondencia de los huéspedes e información turística		✓	✓
Servicio de custodia de valores		✓	✓
Todo el personal que atiende público, con uniforme.		✓	✓
Estacionamiento dentro o continuo al establecimiento que permita la ubicación simultánea de vehículos equivalente al 40% del total de apartamentos		✓	✓
Salón de estar con una superficie mínima de 20 metros cuadrados que se incrementará en 1,50 metros cuadrados por cada departamento que exceda de 15.			✓
Baños generales diferenciados por sexo, próximos a las áreas de recepción o de uso común de los huéspedes, equipados cada uno con lavatorio, excusado aislado, iluminación eléctrica y tomacorriente.			✓
Baño adicional en los departamentos.			✓

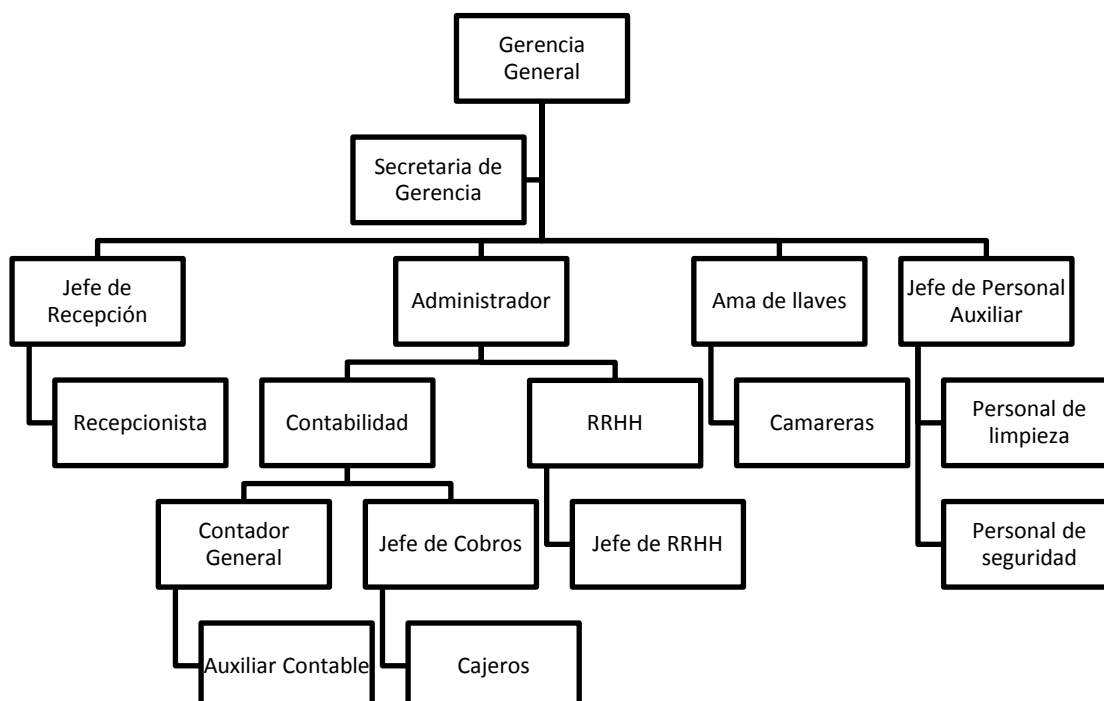
<p>Superficie mínima de 22 metros cuadrados para los departamentos de un dormitorio con dos camas, de 32 metros cuadrados para los de cuatro camas y de 42 metros cuadrados para los de dos dormitorios.</p>			✓
--	--	--	---

Fuente: Gobierno de Chile. Servicio Nacional de Turismo.

Elaborado por: Malena Moreno

Para la estructura Organizacional, se ha realizado un organigrama posicional, donde se detalla el personal requerido para cubrir las necesidades de los clientes en un Apart Hotel.

Figura No. 1: Organigrama estructural de un Apart Hotel



Fuente: (Apartahotel Estudiantil Emmanuel S. de R.)

Elaborado por: Malena Moreno.

1.5.1 Diferencia entre un Apart Hotel y un Hotel.

Para comenzar con la comparación entre un Hotel y un Apart Hotel se debe plantear las definiciones de ambos establecimientos. Para esto se ha tomado el enunciado anteriormente descrito sobre un Apart Hotel en la legislación turística ecuatoriana, que en resumen expresa:

Un Apart Hotel es un establecimiento que oferta al público en general alojamiento en una modalidad de Apartamentos con los mismos servicios de un hotel, pero que adicionalmente pone a disposición dentro de sus instalaciones, el servicio de cocina y comedor.

Mientras que la definición de un hotel según el R.G.A.T dice que:

“Es hotel todo establecimiento que de modo habitual, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, comidas y bebidas y que reúna, además de las condiciones necesarias para la categoría que le corresponde...”. (REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS , 2002, pág. 3).

Para aclarar las diferencias que existen entre ambos establecimientos en cuanto a la infraestructura, limpieza, precio, equipamiento, entre otras, se ha elaborado un cuadro de las semejanzas y diferencias entre los ambos.

Tabla No. 9: Diferencias y semejanzas entre Hotel y Apart hotel

	APART HOTEL	SEMEJANZAS	HOTEL
PRECIO O TARIFAS	Precio se ve compensado por la cantidad de personas que pueden alojarse en un mismo hotel apartamento.	SERVICIOS: <ul style="list-style-type: none"> • De limpieza de habitaciones. • Room Service 	El precio puede variar según las políticas del hotel, generalmente se dan los casos de aplicación de tarifas por habitación y tarifas por huésped. El precio puede o no incluir una o las tres comidas diarias.

ALIMENTACIÓN	Libertad para escoger el momento y el tipo de comida que el huésped lo requiera.	<ul style="list-style-type: none"> • Recepción • Seguridad • Parqueaderos 	Los horarios de apertura, cierre y servicio de los restaurantes, cafeterías y bares dentro del hotel se encuentran pre establecidos y los huéspedes deben acogerlos sin espacio a reclamos.
INSTALACIONES	Se tiene un departamento independiente del inmueble del hotel, es decir tiene habitaciones y/o departamentos alejados del edificio principal	<ul style="list-style-type: none"> • Cafetería-restaurante. • Servicio de lavandería y planchado de ropa 	Las habitaciones se encuentran dentro del edificio propio del hotel, siendo distribuidas en varias plantas, dependiendo su tipo. Es decir hab. Simples, hab. Dobles, suites y en muchos casos habitaciones especiales en el piso VIP.
PRIVACIDAD	Total privacidad. No existen largos pasillos que puedan ser compartidos entre varios huéspedes ajenos, los ascensores y vías públicas, en su mayoría son lugares poco concurridos. Cada departamento tiene sus áreas recreacionales privadas, salvo excepciones como piscina y restaurantes.		Existe una menor privacidad para el huésped debido a que únicamente tiene su habitación privada, el resto de áreas son destinadas a ser compartidas por todos los huéspedes. El ruido en los pasillos y ascensores generan además una molestia para los huéspedes.
NUM. DE HUÉSPEDES	Ideal para grupos o familias que buscan un alojamiento en donde puedan permanecer juntos.		Depende de la temporada, la ubicación y servicios ofertados. Sin embargo la ocupación máxima estandarizada por habitación es de 2 pax, pero que en hoteles, ubicados fuera de la ciudad, cuyo segmento de mercado son grupos extensos, se puede encontrar una ocupación de hasta 12 pax
DURACIÓN DE	El uso de este tipo de alojamiento es para largas		Las habitaciones, en su mayoría son destinadas a cortas estancias, de entre 1

ESTADÍAS	estadías, es decir más de una semana.		noche a 3. Si hubiese el caso de una larga estadía, las suites son una gran opción que los huéspedes prefieren.
EQUIPAMIENTO	Disponen de sala, comedor y cocina completos, en todos los apartamentos.		las habitaciones SGL y DBL únicamente están equipadas con lo básico (baño, cama, veladores, armario y peinadora), las suites (los mismos objetos mas un escritorio, o una pequeña sala)
LIMPIEZA	Como política se asean las habitaciones 3 veces a la semana, en donde se cambian blancos y se provee de amenities. Esto puede variar dependiendo de la solicitud de cada huésped.		La limpieza de las habitaciones se realiza todos los días, las encargadas de esta labor, retiran blancos y reponen amenities según la ocupación y/o el estado de la habitación.

Fuente: (Ser Estandar, 2011)

Elaborado por: Malena Moreno

1.5.2 Los Apart Hoteles como un concepto innovador en la Hotelería.

En países como Argentina y España, el concepto de la creación de Apart Hoteles no es reciente, la innovación en este tipo de alojamiento es una tendencia hoy en día. La idea de brindar el mismo confort y servicios que un hotel brinda es el principal objetivo de estos hoteles Apartamentos.

En la ciudad de Buenos Aires, existe un claro ejemplo de este modelo hotelero, la “*Casa Umare*” es un Apart Hotel boutique inaugurado en octubre de 2012 luego de un período de restauración de un antiguo edificio histórico del barrio porteño del Almagro que data de principios del siglo XX” (Ambito Financiero, 2014)..

Los dueños de este establecimiento indican que *Umare* significa renacer, y que ese fue el concepto en el cual se basaron la restauración del emprendimiento

manteniendo su estilo original del lugar, y que, como resultado, han logrado darle un estilo que va entre la exclusividad de lo antiguo con el confort de lo moderno con gran equilibrio, comodidad y lujo, es así que cada una de las viviendas posee un estilo único con ambientes personalizados y totalmente equipados como un living comedor, microondas, baño completo, escritorios, terrazas con piscina, solárium, patios comunes y privados, y servicios compartidos como restaurant, una cava subterránea y tiendas de regalos. Y en cuanto a la gastronomía se refiere, *Umare* ofrece una idea diferente, la *bistronomie* porteña, con la cual, su chef Darío Gualtieri ha conseguido grandes reconocimientos y premios dentro de la gastronomía argentina. (Ambito Financiero, 2014).

Por otro lado, en España, desde hace varios años atrás, se ha reflejado un panorama turístico en auge, impulsándose en dar salidas a promociones de edificios residenciales no vendidos, principalmente en la costa o a edificios vacíos en emplazamientos urbanos. Este tipo de alojamientos son de preferencia en su mayoría por familias, parejas y profesionales que, tanto por la comodidad y el coste económico, son mucho más accesibles y en muchos casos, estos turistas están acostumbrados a ellos en ciudades europeas como Londres, Berlín, Roma y París (Martin, 2012).

1.6 Definición de Plan de Negocio:

Existen varios términos que a un plan de negocio, y que para la consecución de este proyecto, se ha escogido a la más importante que es:

Un plan de negocio se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre si para el comienzo o desarrollo de una empresa. Así como la guía que facilita la creación o el crecimiento de una empresa. (Fleitman, 2000).

Es importante conocer el papel principal de un plan de negocio como un instrumento en el análisis corporativo de una nueva oportunidad de negocio, así como también en la adquisición de una empresa o en el lanzamiento de un producto nuevo, por lo tanto, un plan de negocio actúa como una herramienta indispensable que identifica, describe, analiza una oportunidad, examina su viabilidad técnica, económica y financiera, desarrollando todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir dicha oportunidad en un proyecto empresarial concreto (**De la Vega, 2008**).

1.6.1 Características que debe cumplir un plan de negocios

- ❖ Debe ser organizado, es decir que debe contar con una estructura clara y sencilla
- ❖ Debe ser breve, no debe exceder de veinticinco páginas.
- ❖ Debe ser efectivo, tiene que cumplir la función de cubrir todas las interrogantes y necesidades que el inversionista necesita conocer antes de financiar un proyecto.
- ❖ Debe ser comprensible y de fácil manejo, lo que significa que debe estar escrito de forma clara, directa, con términos claros, bien redactados y bien estructurados.

1.6.2 Plan de negocios Hotelero

El Ecuador es uno de los países que en la actualidad se encuentra en un proceso de cambio de la matriz productiva hacia el Turismo, han existido ya varias afirmaciones emitidas desde hace unos años atrás por voceros del MinTur, en donde resalta la actuación de María Cristina Rivadeneira, ex Subsecretaria de Mercados de esta Cartera de Estado, en el marco del Encuentro del Grupo Parlamentario de Amistad entre Ecuador y Francia desarrollado en Quito en el año 2014, en donde mencionó que: "El

Gobierno Nacional ha apostado a que el sector turístico, en corto tiempo, se convierta en la primera actividad que genere ingresos no petroleros al país. Para cumplir este objetivo se ha construido una estructura coordinada adecuada a la oferta y demanda turística, basándose en cinco pilares: Seguridad, para generar confianza; Calidad, para generar satisfacción de excelencia; Conectividad, para generar eficiencia; Destinos y productos, para generar diferenciación; y, Promoción, para generar demanda” (MINTUR, 2014). Por lo que se es necesario incentivar la construcción y apertura de nuevos negocios que cubran los tres ejes principales del Turismo, el alojamiento, la gastronomía y el esparcimiento. La Secretaría de Estado continuamente trabaja en la búsqueda de nuevos inversionistas nacionales y extranjeros los cuales deben tener muy en claro que su meta es transformar un destino turístico en un atractivo, mediante la dotación de facilidades turísticas. Para la conformación de un nuevo establecimiento de este tipo, es esencial conocer las partes que constituyen un plan de negocio hotelero, siendo éste muy diferente a cualquier otro tipo de plan de negocio, debido a que, formar un hotel es sinónimo de la creación de una empresa que principalmente oferta y vende un servicio, en este caso el de alojamiento, mas no un producto físico (MINTUR, 2014).

Es necesario acotar que la información que contenga un plan de negocio debe contener una información actual y verás, además que, debido a la evolución y cambios externos, es necesario aplicar una permanente revisión de los datos analizados para que el mismo pueda cumplir su función, el de ser una guía estratégica en la planeación y ejecución del proyecto.

A continuación se describen los factores que conforman un plan de negocio hotelero.

✓ Introducción:

Usualmente se realiza una inducción a cerca del tema al que va dirigido el plan de negocio, puede abarcar contenidos cortos tales como la oportunidad concreta motivo de análisis, en donde radica esa oportunidad y cuál es su potencial (**De la Vega, Business School, 2008**). En este punto es habitual considerar el desarrollo de ciertas cuestiones sobre el proyecto que puedan ayudar a tener un esquema bien definido que pueda servir de orientación a lo largo de todo el proceso. Las cuestiones son:

- a. El quién: (promotores, nombre de la compañía, marcas, los recursos humanos necesarios y la localización del proyecto).
- b. El qué: (el propósito del plan, la determinación de productos y servicios, las áreas del hotel, la propuesta de valor, mercado meta, entre otras).
- c. El por qué: (el fin de la creación del proyecto, que va junto con la naturaleza del mismo)
- d. El dónde: (se refiere al lugar en donde se va a comercializar los servicios, Contienen también los canales de distribución y la cadena de valor.)
- e. El cuándo: (*el timing* de las fases de ejecución, la estacionalidad, el tiempo que se necesita para la obtención de permisos y licencias de ejercicio de la actividad, etc.)
- f. El cuánto: (el monto requerido para las inversiones, beneficios, pérdidas, rentabilidad, dividendos, acciones, etc.)

✓ Sumario ejecutivo:

Es un resumen que abarca toda la actividad propuesta en el plan de negocio. Generalmente consta de hasta máximo 3 páginas ya que a menudo se lo utiliza como una herramienta a la hora de la negociación con los inversionistas, o también para la comunicación con entidades financieras.

✓ Análisis del sector.

El principal indicador en el que se el análisis del sector es el boletín hotelero, en este documento se encuentran datos estadísticos anuales y mensuales sobre: el número de establecimientos por tipo y por categoría, el índice de ocupación promedio, las estancias promedio, ingresos, llegadas de turistas residentes y no residentes, pernотaciones y el segmento de mercado que tiene una ciudad. Estos datos brindan una visión amplia sobre el estado actual de la hotelería en un lugar en específico y que podría ser un factor decisivo para la toma de decisiones futuras, entre ellas, tomar el riesgo de invertir en un negocio en dicho sector.

✓ Estudio de mercado:

Es fundamental realizar previamente a la construcción y apertura de un hotel, un estudio de la competencia existente en el sector (su localización, características de sus productos o servicios, precios, calidad, canales de distribución, su volumen de ventas estimado) de modo que se pueda conocer claramente las condiciones en las que se encuentra una zona específica, en el caso hotelero es necesario además determinar los sectores que carezcan de negocios de alojamiento o que su oferta sea mínima. El objetivo de la creación de un hotel debe ser el de atender y cubrir una demanda latente de servicios de hospedaje y de alimentación en lugares donde no existan dichos establecimientos. La importancia de realizar este estudio radica en evitar una sobreoferta de servicios en un solo lugar, y que esto conlleve a la quiebra de los negocios debido a una baja demanda o a la ilícita competencia en precios, promociones y productos.

✓ Estrategias para la implementación de un modelo de negocio

a. Estrategias comerciales y un plan de marketing: Es conocido por los expertos en el mercadeo empresarial que el posicionamiento (percepción que tiene el mercado de o

hacia el producto o servicio de la empresa) y la segmentación (mercado objetivo y el mix de marketing) son la base fundamental en un plan de Marketing, el cual servirá a la empresa como la herramienta necesaria para explotar la oportunidad de negocio y sus respectivas ventajas competitivas

b. Plan de operaciones- prestación del servicio y aprovisionamiento. Debe incluir:

- Diseño del producto o servicio, equipo humano
- Localización geográfica de las instalaciones, normativa medioambiental, accesibilidad, entre otras.
- Adquisición de edificios y terrenos
- Adquisición del equipo necesario para la fabricación de los productos o prestación de los servicios, gastos de mantenimiento, diseño de planta, etc.
- Adquisición de mano de obra, materia prima, implementación de procesos.

c. *Gestión de RRHH.* Incluye las fórmulas de selección y contratación de personal, una descripción de los puestos y sus funciones, además de la enumeración de sus responsabilidades y cargos.

✓ Análisis Financiero:

Su principal objetivo es estudiar el potencial económico de un proyecto, es decir la viabilidad de la ejecución del mismo, para lo cual se necesitan varios estados y formulas financieras:

- Balance general
- VAN
- TIR
- Punto de equilibrio

- Resumen de costos y gastos
- Capital de trabajo
- Estado de pérdidas y ganancias proyectado
- Flujo de caja inicial
- Inversión total requerida

✓ Análisis de riesgos y conclusiones

Todo plan de negocio debe incluir una descripción de los posibles riesgos que pueden generarse tanto al momento del servicio o en los productos del hotel, externamente podrían además existir riesgos como alteraciones en la demanda, desarrollo de nuevas tecnologías, cambios en la economía del país (impuestos, devaluación monetaria), desastres naturales, etc. Para esto se debe elaborar planes de contingencia que soporten la estabilidad de la empresa y que la impulsen al mejoramiento continuo a favor del beneficio del cliente/ huésped.

Las conclusiones deben resumir las fortalezas y debilidades del proyecto, así como también las amenazas y oportunidades que se pueden generar en el transcurso del proyecto, es decir se debe sustentar con todos los argumentos posibles la factibilidad de ejecución del plan de negocio a los inversionistas, de modo que se pueda reflejar los beneficios y la rentabilidad que se obtendrá del mismo.

1.7 Marco Conceptual

En el desarrollo de este plan de negocio, se podrán encontrar diversos términos técnicos de la industria Hotelera. Para un mejor entendimiento, a continuación se hará una explicación breve de los mismos.

Ama de llaves:

Persona que labora en el hotel quien es la encargada del departamento de camareras.

(Martínez, Diccionario de Hospitalidad, 2008)

Amenities:

Detalle o servicio que significa un valor agregado, motiva la adquisición del cliente brindándole mayor comodidad y atracción hacia el hotel. (Martínez, Diccionario de Hospitalidad, 2008)

Apart Hotel:

El Reglamento General de Actividades Turísticas (2002), dice lo siguiente:

Es hotel apartamento, o apart-hotel, todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general alojamiento en apartamentos con todos los servicios de un hotel, exceptuando los de comedor. Dispondrá de un mínimo de treinta apartamentos y de muebles, enseres, útiles de cocina, vajilla, cristalería, mantelería, lencería, etc.

Activos:

Conjunto de bienes que tienen valor monetario o cualquier objeto que genere un beneficio o un valor a una persona natural o jurídica. Se distingue tres clases de activos: Activos Fijos (dinero en efectivo, maquinaria, etc.), Activos Corrientes (cuentas por cobrar) y Activos Intangibles (patentes y marcas). (Martínez, Diccionario de Hospitalidad, 2008)

Check In:

Expresión relativa al proceso de registro en un hotel que requiere la presentación de documentos de identificación para poder acceder al servicio de alojamiento. (Martínez, Diccionario de Hospitalidad, 2008).

Check Out:

Procedimiento en el cual un huésped realiza los pagos de su cuenta antes de abandonar el hotel. (Martínez, Diccionario de Hospitalidad, 2008).

Costo:

Conjunto de recursos (dinero, material, trabajo, tiempo y equipos) que se utilizan en la compra, producción o adquisición de algo. Todos los gastos son costos, pero no todos los costos son gastos. En el contexto del turismo, todas las modificaciones de reservas inciden en el ámbito de los costos. (Martínez, Diccionario de Hospitalidad, 2008).

GDS:

Siglas de Global Distribution System. Sistema informático de reservas que no se limita a compañías aéreas, sino que cubre cualquier reserva en otro tipo de industria turística. (Larraiza, s/f)

Huéspedes *long stay*:

Se denominan así a las personas o huéspedes que se alojan en un hotel o similar por un tiempo mayor a 14 días. (Martínez, Diccionario de Hospitalidad, 2008).

Lobby:

Locación del hotel que sirve de entrada al edificio, también es llamado Hall o Foyer. (Martínez, Diccionario de Hospitalidad, 2008).

Mercado:

“Grupo de personas que viven en un área geográfica que comparten ciertas características demográficas o de consumo, y que son compradores en potencia de productos y servicios”. (Martínez, Diccionario de Hospitalidad, 2008)

Pax:

Codificación que representa a un pasajero, turista o huésped. (Martínez, Diccionario de Hospitalidad, 2008)

Perfil de Huéspedes:

“Conjunto de características comunes que califican a los huéspedes de un hotel. El dato es valioso para que la gerencia identifique el sector de mercado que atrae el hotel, y cuáles pueden ser otros segmentos alternativos de mercado” (Martínez, Diccionario de Hospitalidad, 2008).

PMS:

(Property Management System) Programa informático diseñado especialmente para administrar las operaciones de un hotel como los inventarios, facturación, reservas, etc. (Martínez, Diccionario de Hospitalidad, 2008).

Porcentaje o Índice de Ocupación:

Son las habitaciones que el hotel espera ocupar en un periodo determinado. (Martínez, Diccionario de Hospitalidad, 2008)

Punto de Equilibrio:

El Punto de Equilibrio de un bien o servicio, está dado por el volumen de ventas para el cual, los ingresos totales se hacen iguales a los costos totales. Es decir, el nivel de actividad para el cual no hay pérdidas ni ganancias. (Fernandez, 2008)

Tarifa Rack:

Máxima tarifa publicada a la cual se puede vender una habitación sin descuento. (Larraiza, s/f).

RevPar:

(Revenue per Available Room): Es el ingreso habitación total dividido por el número total de habitaciones disponibles (Larraiza, s/f).

Tarifa Promedio:

Se calcula entre el total de ingresos de habitaciones entre el número de habitaciones ocupadas. (Larraiza, s/f)

Temporada Alta:

“Periodo de meses consecutivos durante los cuales el porcentaje de ocupación es el más elevado, con aplicación de las tarifas más altas”. (Martínez, Diccionario de Hospitalidad, 2008)

Temporada Baja:

“Tiempo del año cuando los precios de transportación y alojamiento declinan debido a la baja demanda para un destino determinado”. (Martínez, Diccionario de Hospitalidad, 2008)

TIR:

Altuve, J. (2004) plantea:

(Tasa Interna de Retorno). Es aquel valor relativo que iguala el valor actual de la corriente de ingresos con el valor actual de la corriente de egresos estimados. Es decir, este concepto envuelve criterios de matemáticas financieras al referirse a valores actuales, y criterios contables al mencionar o incluir corrientes de ingresos y egresos.

VIP:

Very important person, huésped con atención especializada por cargo o importancia
(Larraiza, s/f)

CAPÍTULO II

2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Investigación de Mercado

La investigación de la fuerza de la demanda se concentra en los turistas no residentes, los cuales han tenido un incremento significativo en las llegadas a la ciudad en los últimos años, este mercado es un indicador de que existe la oportunidad de continuar con el desarrollo del presente estudio, para cuantificar este mercado meta, es necesario plantear objetivos estratégicos que faciliten dicho estudio.

2.1.1 Objetivos de la investigación de mercado:

- a.** Determinar el perfil del turista que visita la ciudad de Quito, su comportamiento y preferencias en su estadía, mediante encuestas realizadas en distintos puntos estratégicos de la ciudad.
- b.** Definir el balance oferta-demanda para identificar la demanda disponible de este proyecto.
- c.** Establecer las estrategias de marketing que permitan satisfacer las necesidades o deseos del cliente potencial, tomando cuenta sus hábitos o costumbres.

Se empezará conociendo los países de origen de los viajeros, así como también la edad y los motivos de viaje de los mismos. Con toda esta información sobre los clientes potenciales se determinará el perfil del turista que viaja hacia la ciudad de Quito, para tener una visión más amplia a cerca de su comportamiento en cuanto a gastos, número promedio de pernoctaciones y lugares de visita de preferencia en la

ciudad, de modo de poder delimitar en esta propuesta de negocio algunas características en los temas antes citados para la comodidad del cliente o huésped futuro.

2.1.2 Frecuencia de visitas a Quito por mercado emisor:

Una parte esencial para definir el perfil del turista es conocer los principales mercados emisores de turistas que visitan la ciudad de Quito, se ha elaborado un cuadro de las llegadas de los turistas no residentes a la ciudad de Quito en el año 2015. En donde se evidencia que el mercado principal que visita la ciudad de Quito, proviene de los Estados Unidos

Tabla No. 10 Visitas a Quito por mercado emisor:

LLEGADA DE TURISTAS NO RESIDENTES A QUITO 2015	
Estados Unidos	161.856
Venezuela	49.594
Cuba	49.926
Colombia	57.329
Otros	45.129
España	43.296
Argentina	23.692
Canadá	21.394
México	16.803
Reino Unido	17.409
Alemania	18.577
Perú	14.425
Francia	13.628

Brasil	12.893
Holanda	11.436
República Popular China	9.624
Chile	10.986
Australia	7.656
Italia	8.131
Panamá	5.744
Suiza	6.518
Bolivia	2.824
Bélgica	3.380
Costa Rica	2.885
Israel	2.159
Japón	3.125
Uruguay	1.993
Suecia	2.705
Rusia	2.181
Austria	2.041
Dinamarca	1.777
Total	706.848

Fuente: (Quito Turismo, 2015)

Elaborado por: Malena Moreno

Además de realizar el estudio del origen de los turistas que llegan a la ciudad, es necesario conocer su edad y los motivos de visita a Quito.

Tabla No. 11 Grupos de edades de turistas no residentes.

Grupo de edad	TOTAL
de 0 a 10 años	30.657
de 11 a 20 años	51.815
de 21 a 30 años	136.691
de 31 a 40 años	151.027
de 41 a 50 años	131.258
de 51 a 65 años	149.165
más de 65 años	56.007
no informa	229
Total	706.848

Fuente: (Quito Turismo, 2015)

Elaborado por: Malena Moreno

Tabla No. 12 Motivos de viaje de turistas no residentes.

Motivo del viaje	TOTAL
Turismo	487.143
Estudios	2.528
Negocios	47.299
Eventos	44.765
Residencia	13.572
Otros	111.542
Total	706.848

Fuente: (Quito Turismo, 2015)

Elaborado por: Malena Moreno

Como se puede observar, el grupo más numeroso de turistas según su edad, oscila entre los 21 y 65 años, siendo su principal motivo de viaje el turismo y el ocio.

2.1.2.1 Perfil del turista

Para la caracterización de la demanda turística sobre los turistas no residentes de la ciudad de Quito, se ha tomado como referencia un estudio realizado por la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, publicado a Agosto del 2015.

Este estudio fue realizado bajo la modalidad de encuesta en el aeropuerto Mariscal Sucre a los visitantes extranjeros (eventualmente ecuatorianos), mayores de 18 años, no residentes en el país que han viajado a Quito durante el mes de Agosto del 2015. Los resultados de este estudio fueron:

Tabla No. 13 Perfil del turista no residente

<p>1. SEXO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El 51% de los encuestados fueron de sexo masculino.
<p>2. EDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La edad promedio de los viajeros es de: 37 años para mujeres y 38 años para hombres.
<p>3. EDUCACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los viajeros entre 26 y 35 años representan el 15 % del total de encuestados.
<p>4. PROCEDENCIA (CONTINENTES)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El 61% de los encuestados tiene instrucción superior; 20% de postgrado. • La proporción de títulos de cuarto nivel es de 23% hombres y 16% mujeres. • El 72.9% procede de América, el 22.6% de Europa, el

	<p>3.1% viene de Asia, el 1.3% de África y el 0.1% de Oceanía.</p>
<p>5. ESTANCIA MEDIA</p> <p>6. CONSUMO</p> <p>7. GASTO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La estancia media es de 11 días. • Para el 55% de turistas fue su primera visita a la ciudad • El consumo por tipo de bien son: <ul style="list-style-type: none"> – alimentación 22,1% – alojamiento 21,3% – restaurantes y bares 11,9% – artesanías 9,4% – compra de bienes 9,3%. • El gasto medio total es de \$565 dólares. • El gasto total por motivo de viaje es: <ul style="list-style-type: none"> – recreación: \$552 – visita familia o amigos: \$587 – negocios: \$636 – eventos: \$419 – otros: \$518
<p>8. ENTRADAS A LA CIUDAD.</p> <p>9. RAZÓN DEL VIAJE A QUITO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El 46% de los encuestados hizo una sola entrada al DMQ. • El 88% llega a Quito por ser el destino escogido, y para el resto, el 12% constituye un paso obligado.
<p>10. ORGANIZACIÓN Y MEDIO DE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • EL 92% realiza el viaje por cuenta propia (sin agencia de viajes) • El 56% se traslada solo, mientras que el 24% lo hace con amigos y el 19% en un grupo familiar.

INFORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • El 41% se informan por sus familiares y amigos, el 37% lo hace por internet y el 9% lo hace por ferias internacionales.
11. ALOJAMIENTO ELEGIDO	<ul style="list-style-type: none"> • La participación relativa de "hospedaje de pago" es del 52,8%, donde: <ul style="list-style-type: none"> – Hoteles: 38,8% – Hostal residencia: 12,3% – Vivienda turística: 1,7% • Por otro lado los alojamientos de "no pago" tienen una participación del 47.2%, donde: <ul style="list-style-type: none"> – Casa de amigos o familiares: 38.8%
12. SITIOS VISITADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Centro histórico: 67.2% • Teleférico: 10.2% • El Panecillo: 9.6% • La plaza Foch: 5.5% • La Ronda: 5.5%

Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turismo

Elaborado por: Malena Moreno

2.2 . Tamaño de la muestra:

Para definir el tamaño de la muestra, es necesario realizar una ficha técnica previa a este muestreo con el fin de definir varios aspectos considerados claves que delimiten a los encuestados en esta investigación en donde se incluyen: el universo de turistas no residentes en el país que viajaron a la ciudad de Quito en el año 2015, los cuales alcanzaron los 706, 848 visitantes (Quito Turismo, 2015), además su clase social y el lugar en donde se realizarán dichas encuestas.

Posteriormente se procederá a aplicar la fórmula para el cálculo exacto del número de encuestas que se necesitan en esta investigación.

Tabla No. 14: Ficha técnica de la investigación

MARCO MUESTRAL:	Turistas no residentes mayores de 25 años, clase media-media alta y alta que visitan la ciudad de Quito por varios motivos de viaje.
LUGAR DE TOMA DE INFORMACIÓN	Sala lobby de varios Hoteles de la ciudad, trabajo coordinado con personal encargado de los hoteles y agencias de viajes.
MODO DE VALORACIÓN:	Cuantitativa
PERÍODO DE LA INVESTIGACIÓN:	Período Mayo 2016

Elaborado por: Malena Moreno

2.2.1 Fórmula:

Turistas no residentes

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

$$n = \frac{1.96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 706.848}{1.96^2 (706.848 - 1) + (1.96^2 \times 0,5 \times 0,5)}$$

$$n = \frac{678856,82}{1768,08}$$

n=	384
-----------	------------

Dónde:

N	universo	706.848
Z	nivel de confiabilidad	95% (1.96)
P	probabilidad Positiva	0,5
Q	probabilidad Negativa	0,5
e	Error	5%

En total se deben realizar 384 encuestas a los turistas no residentes en la ciudad de Quito. Para efectos de esta investigación se ha dividido en dos grupos iguales de 192 personas para la realización de las encuestas tanto en inglés como en español, de esta manera facilitar la consecución de la misma para con los turistas de diferentes países.

2.2.2 Diseño de la encuesta

ENCUESTA

OBJETIVO: Conocer los gustos, preferencias y necesidades de los turistas nacionales y extranjeros acerca del alojamiento en sus visitas a la ciudad de Quito, en el segundo trimestre del año 2016. Siendo la base para la propuesta de un plan de negocio de un Apart Hotel como trabajo de fin de carrera.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente, y marque con una X la respuesta elegida.

Edad

25–30 años

40- 45 años

30- 35 años

45- 50 años

35- 40 años

Más de 50 años

Género:

Masculino

Femenino

Profesión: _____

Lugar de residencia: _____

1. ¿Con que frecuencia usted viaja a la ciudad de Quito?

1 vez a la semana

1 vez cada 6 meses

1 vez al mes

Más de 1 vez al año

1 vez cada 3 meses

2. ¿Cuál es el motivo de viaje a la ciudad de Quito?

Negocios

Turismo y ocio

Salud

1. ¿Qué tipo de alojamiento usualmente requiere durante su estancia en la ciudad de Quito?

Hotel	<input type="checkbox"/>	Apart Hotel	<input type="checkbox"/>
Hostal	<input type="checkbox"/>	Casa de familiares y/o amigos	<input type="checkbox"/>

Otros: _____

2. ¿Qué servicios usted demanda durante su estancia?

Despertador	<input type="checkbox"/>	Habitaciones Cómodas	<input type="checkbox"/>
Restaurante	<input type="checkbox"/>	Salones de eventos	<input type="checkbox"/>
Transporte	<input type="checkbox"/>	Sala de reuniones	<input type="checkbox"/>
Room service	<input type="checkbox"/>	Wi-fi	<input type="checkbox"/>
Lavandería	<input type="checkbox"/>	Cocina/ comedor	<input type="checkbox"/>
Parqueadero	<input type="checkbox"/>	Sala	<input type="checkbox"/>
Gimnasio	<input type="checkbox"/>	Limpieza de habitaciones	<input type="checkbox"/>
Piscina	<input type="checkbox"/>		

3. ¿Cuánto pagó por su última estancia en la ciudad de Quito?

\$50-\$100	<input type="checkbox"/>	\$200-\$250	<input type="checkbox"/>
\$100-\$150	<input type="checkbox"/>	\$250-\$300	<input type="checkbox"/>
\$150-\$200	<input type="checkbox"/>	Más de \$300	<input type="checkbox"/>

4. ¿Usted conoce qué es un Apart Hotel?

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

5. ¿Si existiera un Apart Hotel en el sector de Ñaquito (centro financiero de la ciudad), Usted optaría por alojarse ahí?

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

SURVEY

OBJECTIVE: To know the tastes, preferences and needs of national and foreign tourists about the accommodation on their visits to the city of Quito, in the second quarter of 2016.

This survey is an academic contribution for the Thesis Research Project in order to obtain the degree as a Hotel Management Engineer at *Universidad Tecnológica Equinoccial* UTE

INSTRUCTIONS: Please read and mark an X in the chosen response.

Age:

25–30 years	<input type="checkbox"/>	40- 45 years	<input type="checkbox"/>
30- 35 years	<input type="checkbox"/>	45- 50 years	<input type="checkbox"/>
35- 40 years	<input type="checkbox"/>	More than 50 years	<input type="checkbox"/>

Gender:

Male	<input type="checkbox"/>	Female	<input type="checkbox"/>
------	--------------------------	--------	--------------------------

Profession: _____

City of residence: _____

¿How often do you travel to Quito?

Once a week	<input type="checkbox"/>	Once every 6 months	<input type="checkbox"/>
Once a month	<input type="checkbox"/>	More than once a year	<input type="checkbox"/>
Once every 3 months	<input type="checkbox"/>		

1. ¿What is your reason for traveling in Quito?

Business	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Tourism	<input type="checkbox"/>		
Health			

1. ¿What type of accommodation usually do you require during your stay in the city of Quito?

Hotel	<input type="checkbox"/>	Apart Hotel	<input type="checkbox"/>
Hostel	<input type="checkbox"/>	House of familiars or friends	<input type="checkbox"/>

Other: _____

2. ¿What services do you demand during your stay?

Wake up calls	<input type="checkbox"/>	Confortable Rooms	<input type="checkbox"/>
Restaurant	<input type="checkbox"/>	Meeting Rooms	<input type="checkbox"/>
Transport	<input type="checkbox"/>	Event Halls	<input type="checkbox"/>
Room service	<input type="checkbox"/>	Wi-fi	<input type="checkbox"/>
Laundry	<input type="checkbox"/>	Kitchen/ Dinning room	<input type="checkbox"/>
Parking	<input type="checkbox"/>	Living Room	<input type="checkbox"/>
Fitness Center	<input type="checkbox"/>	Housekeeping	<input type="checkbox"/>
Pool	<input type="checkbox"/>		

3. ¿How much did you pay for your last stay in Quito?

\$50-\$100	<input type="checkbox"/>	\$200-\$250	<input type="checkbox"/>
\$100-\$150	<input type="checkbox"/>	\$250-\$300	<input type="checkbox"/>
\$150-\$200	<input type="checkbox"/>	More than \$300	<input type="checkbox"/>

4. ¿ Do you know what an Apart Hotel is?

Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
-----	--------------------------	----	--------------------------

5. If you would know about an Apart Hotel in Iñaquito area (financial center of the city), you would choose to stay there?

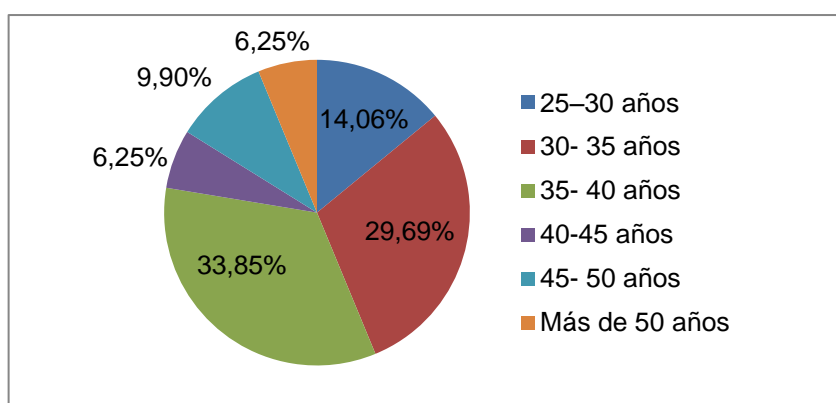
Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
-----	--------------------------	----	--------------------------

2.2.3 Tabulación/ interpretación de resultados

Esta investigación fue realizada con el objetivo de conocer los gustos, preferencias y necesidades de los turistas no residentes en el país, acerca del alojamiento en sus visitas a la ciudad de Quito, en el segundo trimestre del año 2016. A continuación se detalla la tabulación de las 192 personas en español.

Edad

Figura No.1. Edad del encuestado

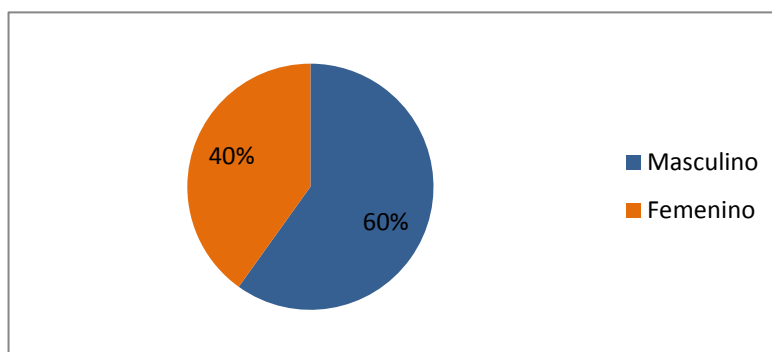


Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Malena Moreno

En la encuesta aplicada, se manifiesta la estructura por la edad de los investigados. Siendo los más importantes los intervalos entre 30-40 años. Lo que significa que los turistas que visitan la ciudad de Quito tienen una edad promedio de 35 años.

Género

Figura No.2. Género del encuestado

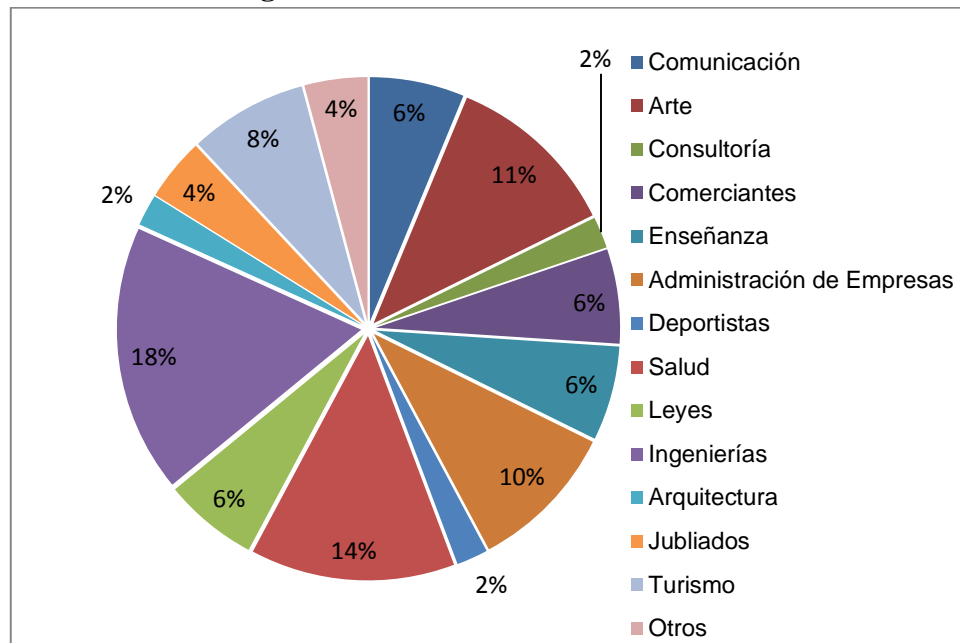


Fuente: Estudio de mercado Elaborado por: Malena Moreno

En lo que se refiere al Género de los encuestados, se puede determinar que hay una dominancia de viajeros de género masculino.

Profesión

Figura No.3. Profesión del encuestado

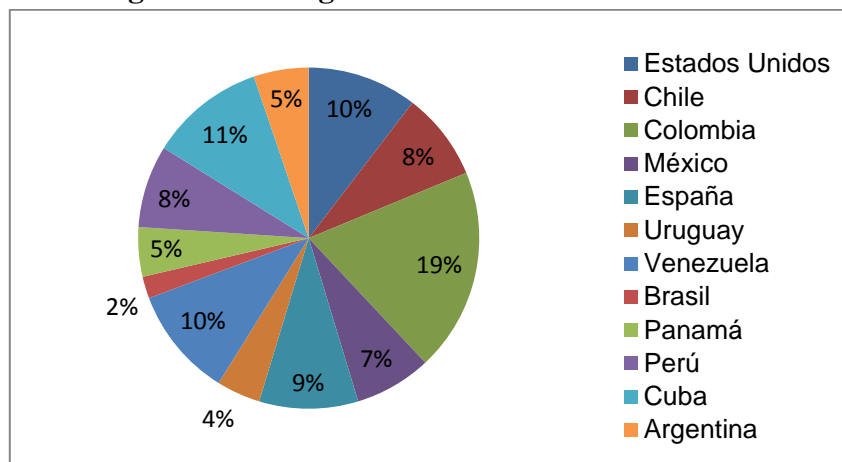


Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Malena Moreno

Para la tabulación de las profesiones de los encuestados, se procedió a dividirlos en grupos de acuerdo a la rama de la profesión de la que se derivan. Por lo que, los resultados muestran que la profesión con mayor porcentaje es la de Ingenierías (ingenieros civiles, ingenieros en sistemas, ingenieros eléctricos, ingenieros mecánicos, etc.) con un 18%, seguido de profesionales de la salud (cirujanos, pediatras, médicos, nutricionistas, psicólogos, etc.) con un 14%, artistas (escultores, cantantes, escritores, etc.) con un 11% y administradores de empresas con un 10%.

Lugar de Residencia

Figura No.4. Lugar de residencia del encuestado

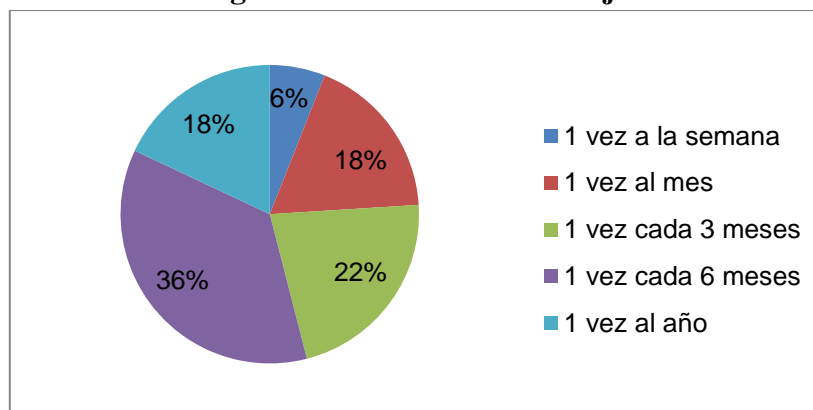


Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Malena Moreno

Al momento de determinar el lugar de residencia de los encuestados, para facilitar en la tabulación se tomó únicamente el país, más no la ciudad, en donde se puede ver que hay una evidente demanda de turistas de origen colombiano (19%), seguido de cubanos (11%) y turistas venezolanos y estadounidenses, cada uno con un 10% respectivamente.

1. ¿Con que frecuencia usted viaja a la ciudad de Quito?

Figura No.5 frecuencia de viaje

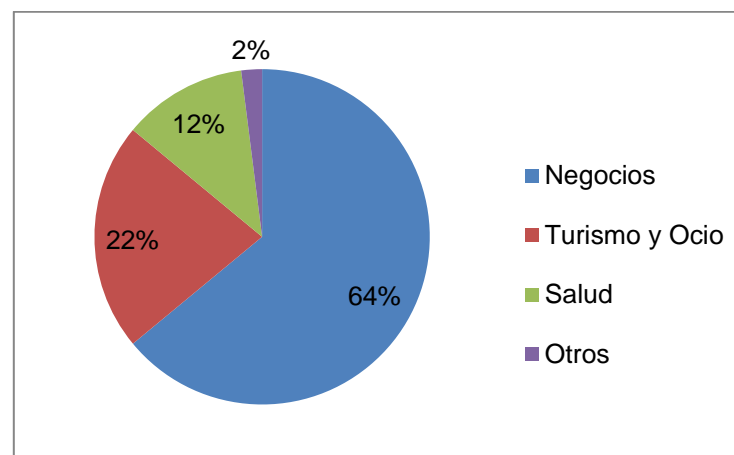


Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Malena Moreno

En lo que respecta a la frecuencia de las visitas de los turistas a la ciudad de Quito, se destacan las visitas de al menos 2 veces al año con un (36%). Cabe aclarar que para ciertos turistas era la primera o segunda vez que visitan la ciudad pero que planean venir frecuentemente por diversos motivos.

2. ¿Cuál es el motivo de viaje a la ciudad de Quito?

Figura No.6. Motivo de viaje

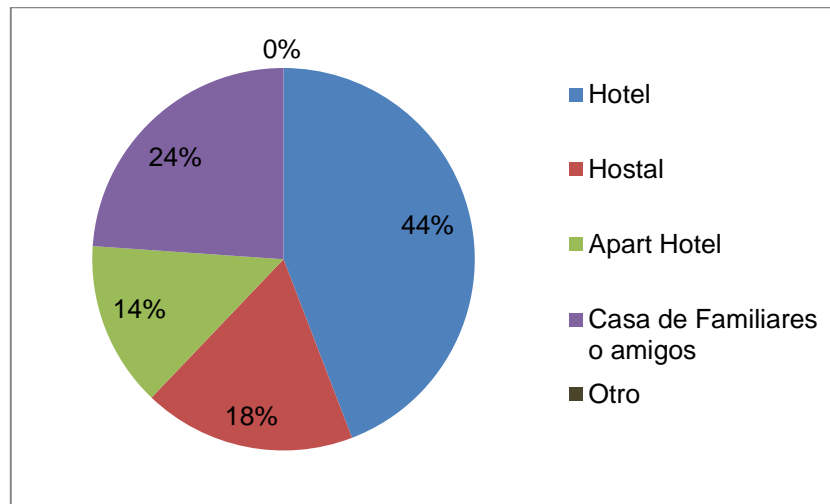


Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Malena Moreno

Los turistas que viajan a la ciudad de Quito, en su gran mayoría son personas de negocios (64%), lo cual es el principal indicador para el mercado potencial de este plan de negocio, muy por debajo siguen los turistas que viajan por ocio a la ciudad de Quito (22%) y por último están los turistas que vienen a la ciudad netamente por motivos de salud (12%)

3. ¿Qué tipo de alojamiento usualmente requiere durante su estancia en la ciudad de Quito?

Figura No.7. Tipo de alojamiento

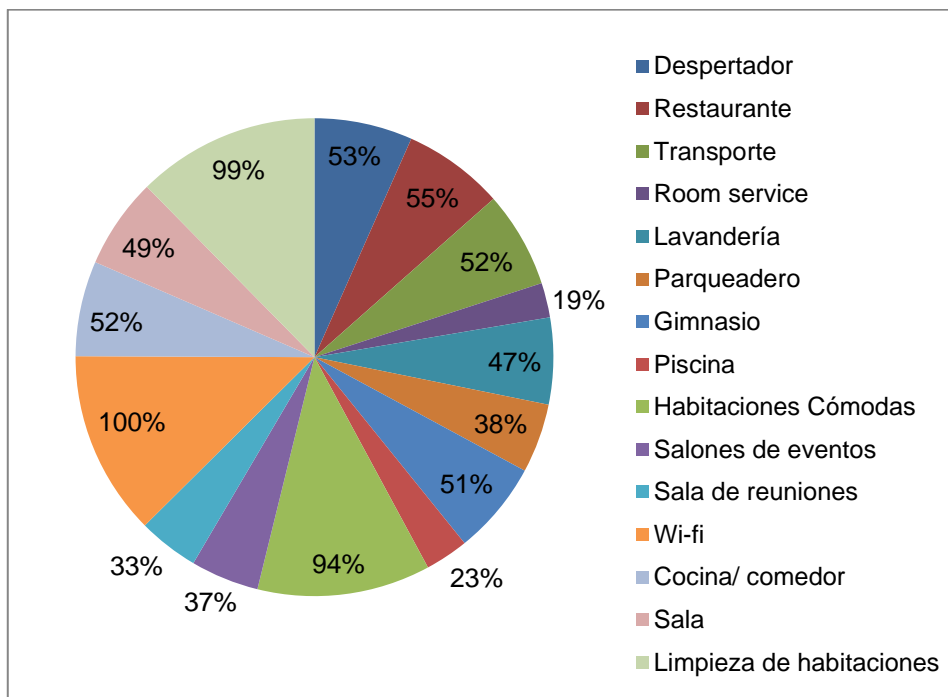


Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Malena Moreno

Es evidente que los turistas se inclinan en su gran mayoría por un alojamiento típico como los Hoteles con un 44%, la casa de familia o amigos también fueron votados como preferentes aunque en un menor número (24%); los Hostales están por debajo con un 18% de elecciones, los Apart Hoteles fueron elegidos por un 14% de encuestados, lo que quiere decir que la industria de los Hoteles Departamento aún le falta desarrollarse para poder competir a la par con establecimientos de alojamiento como Hoteles, Hosterías y Hostales.

4. ¿Qué servicios usted demanda durante su estancia?

Figura No.8. Servicios

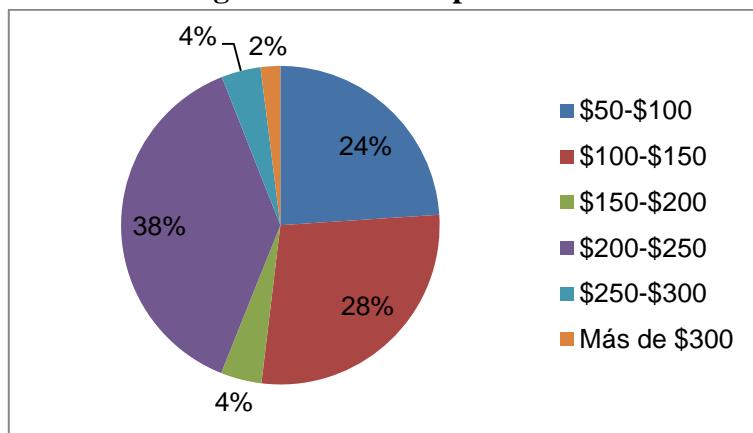


Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Malena Moreno

Los servicios que todos los turistas eligieron como indispensable durante sus estadías en la ciudad de Quito, fue el servicio de Wi-Fi, otro servicio bastante demandado por los visitantes es el de habitaciones cómodas y el servicio de ama de llaves, lo cual hace de sus estadías lo más cómodas y placenteras posibles muy aparte de su motivo de viaje o la duración de su estancia. Los servicios menos demandados o que se los considera menos importantes durante una estancia son los de Room Service y Piscina, 19% y 23% respectivamente.

5. ¿Cuánto pagó por su última estancia en la ciudad de Quito?

Figura No.9. Gasto promedio

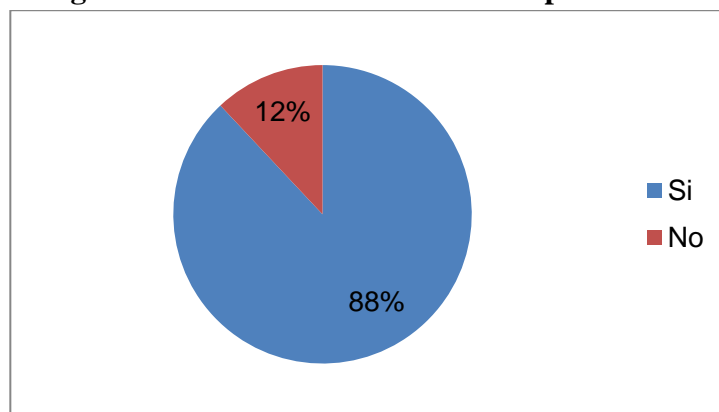


Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Malena Moreno

El gasto promedio de la última estancia de los turistas encuestados fue de entre \$200 y \$250. Tan solo el 2% de los turistas gastó más de \$300 en su última visita a Quito

6. ¿Usted conoce qué es un Apart Hotel?

Figura No.10. Conocimiento de los Apart Hoteles

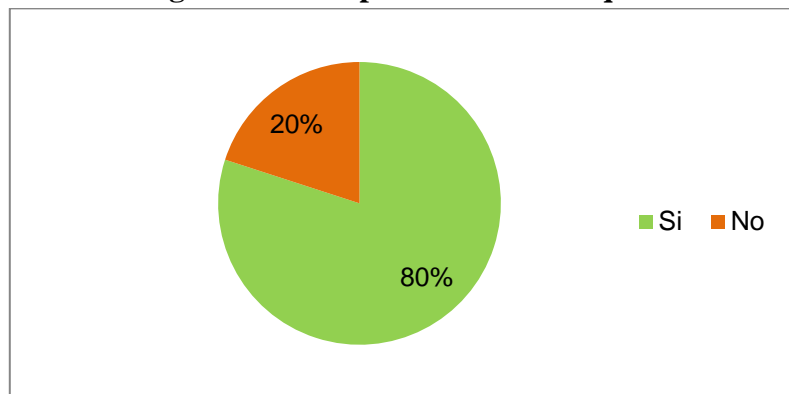


Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Malena Moreno

La gran mayoría de los encuestados sabe o conoce acerca de los Apart Hoteles (88%), lo cual resulta muy favorable para la aceptación de la implementación de un negocio como tal en la ciudad de Quito.

7. ¿Si existiera un Apart Hotel en el sector de Iñaquito (centro financiero de la ciudad), Usted optaría por alojarse ahí?

Figura No.11. Apart Hotel en Iñaquito



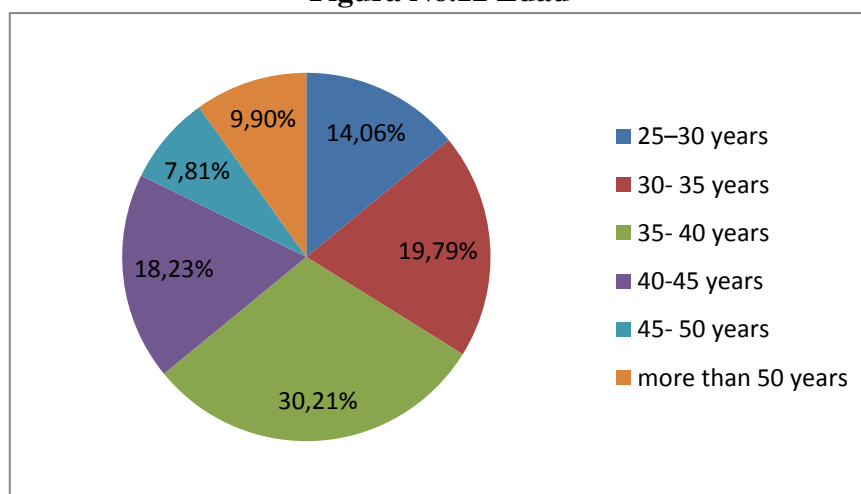
Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Malena Moreno

Quito, al recibir en su mayoría turistas que viajan por motivos de negocios, se ha demostrado que un Apart Hotel ubicado en el centro financiero de la ciudad tendría una gran aceptación por dichos turistas.

A continuación se presentan los resultados tabulados de las 192 encuestas realizadas en inglés.

Age

Figura No.12 Edad

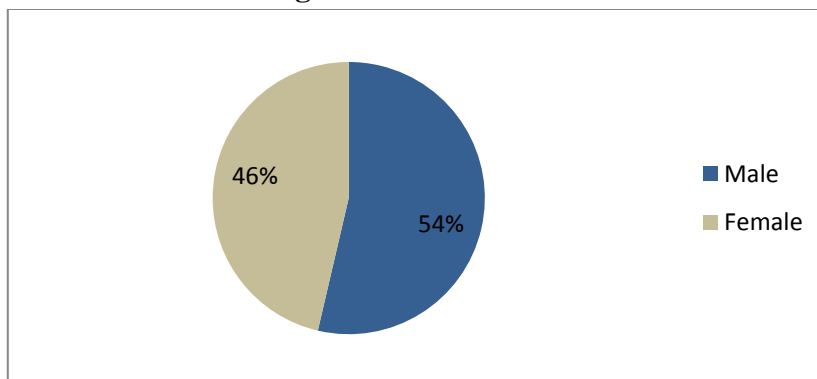


Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Malena Moreno

Los turistas que más visitan la ciudad de Quito comprenden edades entre 35 y 40 años de edad, pero que para efectos de esta investigación se podrían tomar los porcentajes que se aproximan a ellos, logrando así un rango de edades de los visitantes entre los 30 y 45 años de edad con un porcentaje de 68,23%.

Gender:

Figura No.13. Género

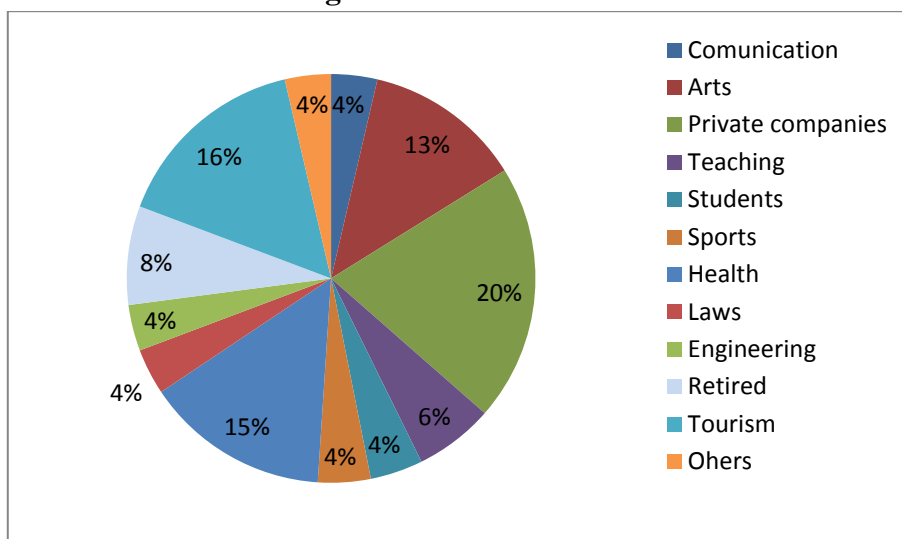


Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Malena Moreno

La mayoría de encuestados pertenecen al género masculino..

Profession:

Figura No.14. Profesión

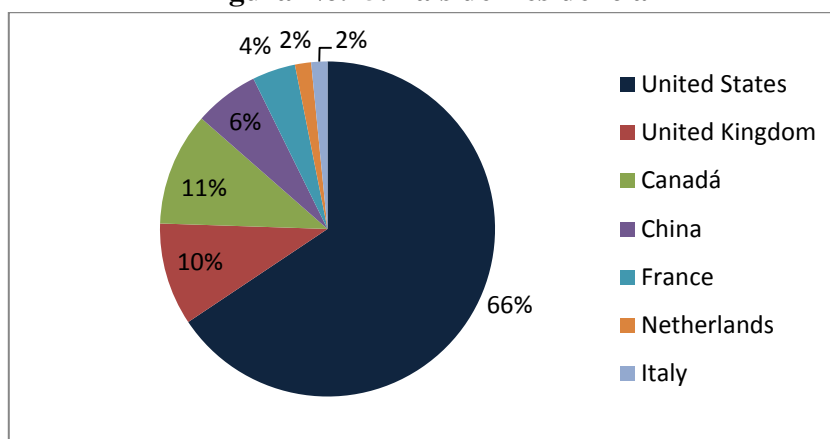


Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Malena Moreno

El 20% de los turistas trabajan en empresas privadas, seguidos del 16% se dedican al turismo, el 15% a varias ramas de la salud y el 13% a las leyes. Todos en conjunto representan al 68% del total de encuestados.

Country of residence:

Figura No.15. País de Residencia

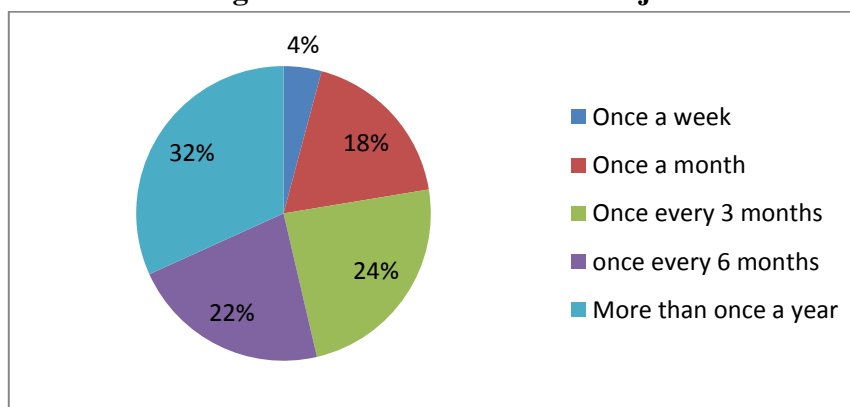


Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Malena Moreno

El 66% de los turistas encuestados provienen o viven en Estados Unidos, siendo éstos los que predominan en la demanda hotelera en la ciudad.

1. ¿How often do you travel to Quito?

Figura No.16. Frecuencia de viaje

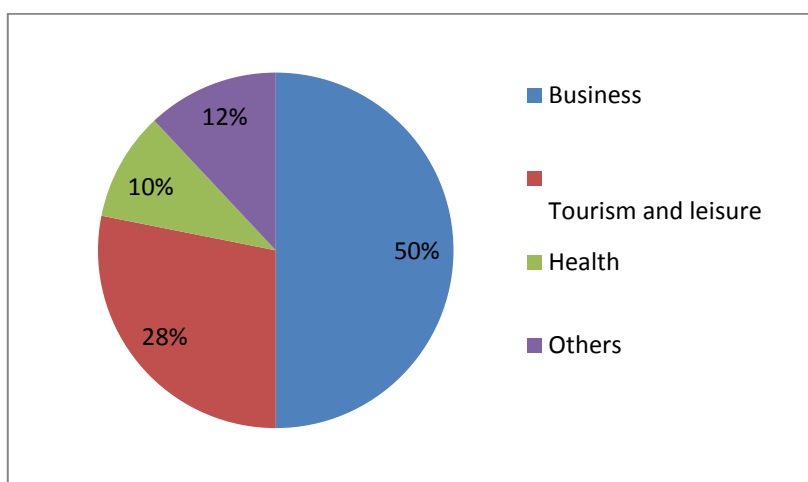


Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Malena Moreno

La mayoría de turistas encuestados visitan Quito al menos 2 veces al año (54%), en donde es importante señalar además que una parte de ellos mencionaron al momento de contestar esta encuesta que ésta era la primera o segunda vez que visitaban la ciudad.

2. ¿What is your reason for traveling in Quito?

Figura No.17. Motivos de viaje

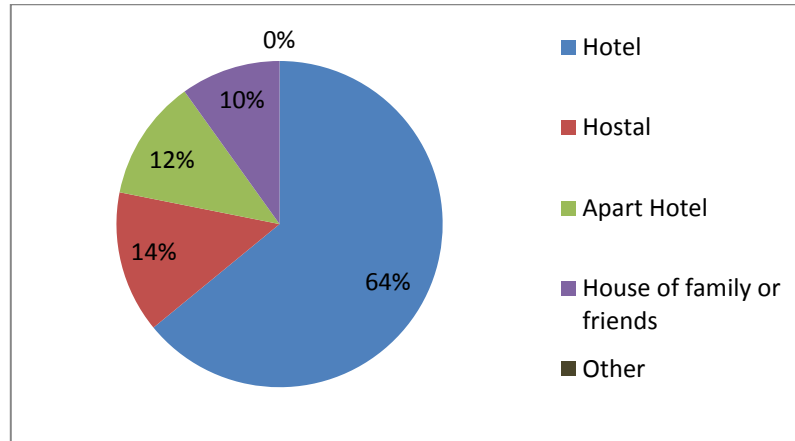


Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Malena Moreno

La mitad de los encuestados, visitan la ciudad de Quito por motivos de negocios, siendo éstos el mercado objetivo para esta investigación. Dejando muy por detrás a los demás motivos de viaje: turismo, salud y otros.

3. ¿What type of accommodation do you usually require during your stay in the city of Quito?

Figura No.18. Tipo de Alojamiento

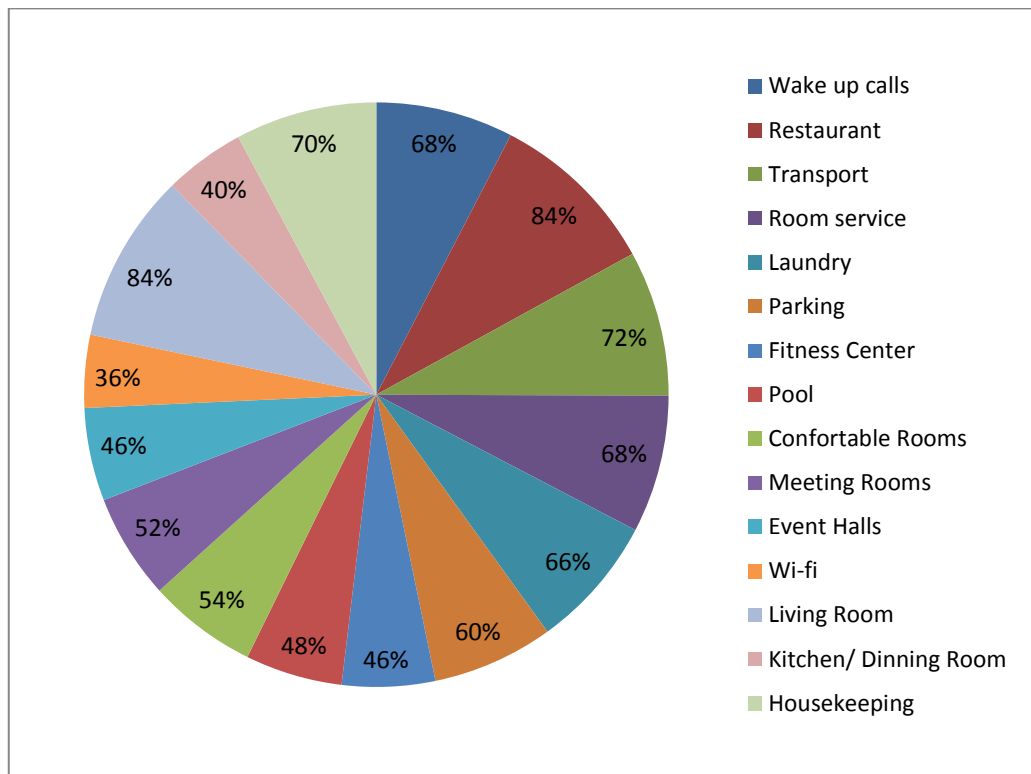


Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Malena Moreno

Como ya es conocido, los hoteles son preferidos por los turistas extranjeros. Abarcando así el 64% de encuestados, mientras que los Apart Hoteles solo son elegidos por el 12% de turistas, lo que significa que para el buen desarrollo de esta investigación es necesario lograr que este porcentaje crezca con una buena promoción del mismo.

4. ¿What services do you demand during your stay?

Figura No.19. Servicios

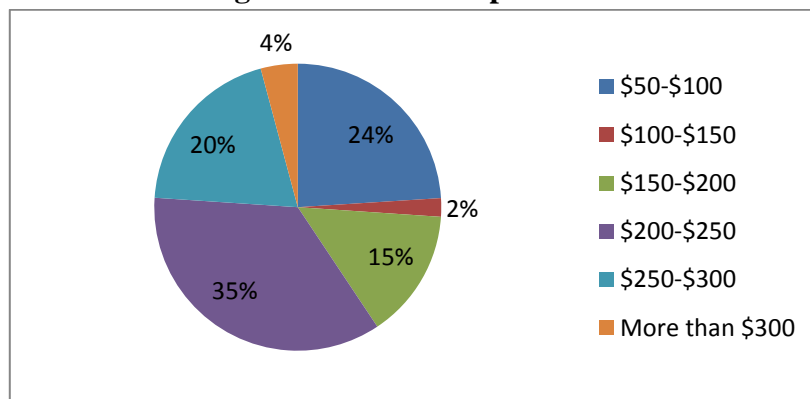


Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Malena Moreno

Los servicios que más demandan los turistas de habla inglesa son: Restaurante (84%), una sala de estar (84%), Housekeeping (70%) y transporte (72%). Mientras que consideran que los servicios menos importantes son Wi-Fi (36%), cocina y comedor (40%) y el Fitness Center (46%). Como se puede ver, prefieren comer en el hotel, o salir en busca de comida típica que cocinar sus propios alimentos; a la actividad física lo consideran como una idea secundaria en sus visitas a la ciudad.

5. ¿How much did you pay for your last stay in Quito?

Figura No.20. Gasto promedio

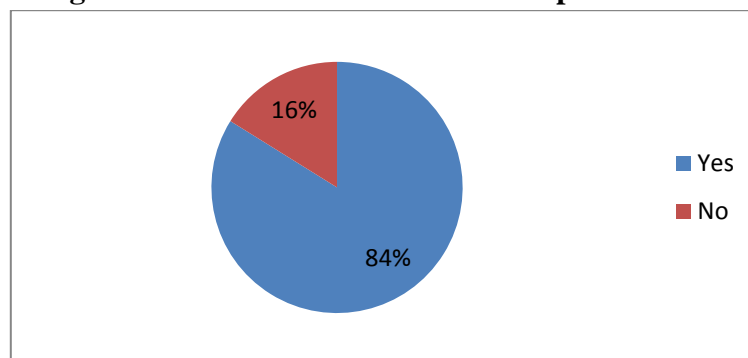


Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Malena Moreno

El 55% de los encuestados muestran que pagaron entre \$200 y \$300 dólares en su última estadía. Y tan solo un 4% pagaron más de \$300 dólares por los servicios recibidos.

6. ¿ Do you know what an Apart Hotel is?

Figura No.21. Conocimientos de los Apart Hoteles

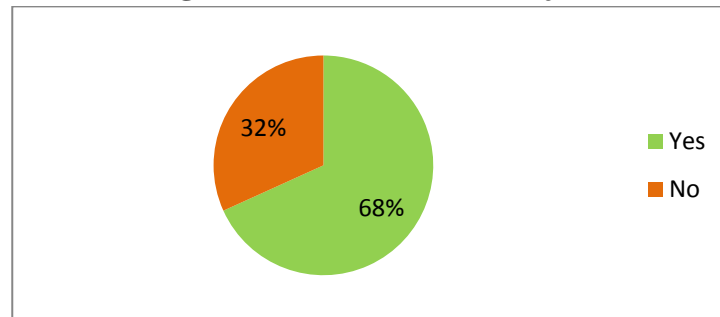


Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Malena Moreno

El 84% de los encuestados conocen la definición y el modo de funcionamiento de los Apart Hoteles.

7. If you would know about an Apart Hotel in Iñaquito area (financial center of the city), you would choose to stay there?

Figura No.22. Motivos de viaje



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Malena Moreno

El 68% respondió afirmativamente a cerca de la idea de la implementación de un Apart Hotel en la zona financiera de la ciudad de Quito debido a que, como ya se ha revisado, la mayoría de los visitantes vienen por razones de negocios.

Resultados:

- El principal mercado que tiene la ciudad de Quito proviene de Estados Unidos y Colombia.
- Existe una mayor incidencia de turistas de sexo masculino que femenino.
- El turismo por negocios es el principal motivo de viaje a la ciudad de Quito.
- Los turistas usualmente viajan entre una y 2 veces al año, pese a que en una pequeña porción de turistas es la primera o segunda vez que visitan el país.
- Los hoteles siguen siendo el lugar predilecto para el alojamiento de los turistas en la ciudad de Quito.
- El termino Apart Hotel es bastante conocido internacionalmente. Los turistas usualmente recurren a este tipo de alojamiento por diversos motivos (servicios que brinda, costos, ubicación).

2.3 Oferta:

2.3.1 Oferta directa

Para estudiar la oferta de establecimientos hoteleros bajo la modalidad de Apart Hotel, que en esta investigación será identificada como la competencia directa, se ha considerado puntos importantes entre los cuales se encuentran: la ubicación, cantidad de habitaciones, servicios ofertados y lo más importante, que consten dentro del catastro municipal de la ciudad de Quito, lo cual hace de esta competencia legal y real.

Stanford Suites Hotel



Fuente: www.travelpod.com

Ubicación: Av. Gral. Eloy Alfaro 3333 José Correa

Categoría: 4 estrellas

Porcentaje de Ocupación Mensual promedio: 60%


Número de Suites: 26 en total divididas en:

- 8 suites ejecutivas
- 5 suites Estándar
- 6 Suites Familiares
- 6 suites Premium
- 2 Suites Stanford
- 1 Suite Presidencial

Servicios: (algunos servicios varían de acuerdo al tipo de suite)

- televisión por cable
- servicio de lavandería
- jacuzzi
- cocina individual
- spa y baño turco
- limpieza constante de habitaciones

Tabla No. 15 Tipos de suites. Stanford Suites Hotel

TIPOS DE SUITES	IMAGENES
<p>Suite Ejecutiva 36m², 2 ambientes 1 habitación, cama full, 1 baño, sala, cocina tipo americana, todos los servicios del hotel.</p>	
<p>Suite Estándar 27m², 1 ambiente, 1 habitación, 2 camas twin o 1 cama full, 1 baño, cocina tipo americana, todos los servicios del hotel. (2 personas).</p>	

<p>Suite Familiar 67m², 3 ambientes 2 habitaciones, cama full o King, 2 camas twin, 1 baño, sala con sofá cama, cocina tipo de americana, todos los servicios del hotel.</p>	
<p>Suite Premium 53m², 2 ambientes 1 habitación, cama King, 1 baño, sala con sofá cama, cocina tipo americana, todos los servicios del hotel.</p>	
<p>Suite Stanford 40m², 1 ambiente, cama King size, 1 baño, jacuzzi, todos los servicios del hotel.</p>	
<p>Suite Presidencial 80m², 1 ambiente, cama King size, 1 baño, cocina, jacuzzi, todos los servicios del hotel.</p>	

Fuente: (Stanford Suites Hotel)

Amaranta Apart Hotel



Fuente: (Quito Apart Hotel.com)

Ubicación: General Leonidas Plaza Gutiérrez N20-32 Jorge Washington

Categoría: 4 estrellas

Habitaciones y servicios incluidos:

- Habitaciones simples: baño privado y TV cable.
- Apartamentos: un baño, cocina completa, sala, y comedor.
- Master Apartamento Cotopaxi: cuatro habitaciones, cuatro baños, y acomoda de 6 a 8 personas.
- Pent-house Lausana: cuatro habitaciones, cuatro baños, sala formal, comedor espacioso, cocina completa. Aloja de 6 a 8 personas.
- Pent-house Newport: cuatro habitaciones, cuatro baños, y techos altos, con vistas panorámicas de 360 grados hacia Quito y los Andes. Acomoda de 6 a 8 personas.

Servicios Complementarios:

- Limpieza diaria
- Room Service, Restaurante y Bar
- Internet gratuito
- Servicio de lavandería
- Servicio de Masajes
- TV Cable
- Llamadas internacionales
- Transportación del/al Aeropuerto
- Parqueadero
- Sala de conferencias para 80 personas
- Tours

Tarifas:

- Suite Sencilla\$65
- Suite Doble\$80
- Apart Cotopaxi\$125

Melrose Plaza Suites CIA. LTDA.

Fuente: Trip Advisor

Ubicación: Paul Rivet N30-98 Eduardo Whymper

Categoría: 4 estrellas

Habitaciones: 30 habitaciones

Servicios:

- Atrium Bar Cafetería, Restaurante y Room Service
- Centro de Negocios
- Doctor de emergencia
- Gimnasio
- Wifi
- Parqueadero
- Sala de conferencias
- Servicio de despertador
- Servicio de lavandería
- Servicio de traducciones
- Set de cocina
- Spa
- Tours y Viajes/ información turística
- Transfer In/ Transfer Out

Tarifas:

- Suite junior\$. 79
- Suite doble\$. 89

Nota: Este establecimiento ya no funciona hace más de un año. La actualización en Quito Turismo está en proceso de tramitación.

Hotel Walther.

Fuente: QuitoApartHotel.com

Ubicación: Apallana 7 -149 y Diego de Almagro, Quito

Categoría: Segunda

Habitaciones: 18 suites (12 dobles, 6 simples)

Servicios

- Cafetería
- Room service
- Internet inalámbrico
- Business Center
- Lavandería
- Parqueadero privado
- Catering y eventos
- Servicio de banquetes
- Guardianía las 24 horas
- Tv Cable

Nota: Este establecimiento no consta como Apart Hotel en el catastro aún debido a la falta de la implementación de la respectiva normativa para este tipo de negocios por el Ministerio de Turismo.

Apart Hotel Atinea



Fuente: Página web Atinea

Ubicación: Juan Rodríguez E8 - 20 y Diego de Almagro - Quito, Ecuador

Categoría: Segunda

Habitaciones: 6 apartamentos (matrimonial, matrimonial con terraza, matrimonial con balcón, triple, cuádruple, familiar), 15 suites (5 SGL, 5 DBL, 3 triples, 2 cuádruples)

Servicios

- Room service
- WI-FI
- Tv cable
- Agua caliente 24 hrs
- Patios e invernaderos para descansar en hamacas
- Parqueadero privado
- Caja fuerte
- Bodega para equipaje
- Mapas e información turística
- Biblioteca en varios idiomas
- Piano
- Transfer in & out bajo pedido y reserva (costo adicional USD.25 por viaje)
- Tours individuales o compartidos dentro y fuera de Quito (Costo adicional)
- Venta de boletos de avión
- Cafetería
- Comida a domicilio
- Lavandería en seco y en agua

Apartamentos Filatelia



Fuente: www.quitoaparthotel.com

Ubicación: 9 de Octubre N19-58 entre 18 de Septiembre y Av. Patria.

Categoría:

Habitaciones:

Servicios

- Servicio de transporte Aeropuerto-Hotel
- Internet Inalámbrico
- Tv. Cable
- Cibercafé
- Cafetería - Restaurante
- Servicio a la habitación
- Agencia de Viajes
- Tours
- Servicio de lavandería
- Parqueadero
- Seguridad las 24 horas

Servicios adicionales en todas las habitaciones:

- WiFi
- TV cable
- Baño privado
- Agua caliente
- Caja fuerte (en habitaciones superiores)
- Secadora de cabello (en habitaciones superiores)

2.3.2 Oferta Indirecta

Hotel Sheraton Quito:



Fuente: www.starwoodhotels.com

Ubicación: República del Salvador y Naciones Unidas

Categoría: Lujo

Página Web: <http://sheratonquito.com.ec/index.php/en/>

Número de habitaciones: 178 habitaciones en total. De las cuales 140 son habitaciones, 38 son suites.

Tarifa Promedio: 220 dólares

Check in: 3:00 p. m. **Check out:** 12:00 p. m.

Servicios:

Alimentos y Bebidas

- Servicio a la habitación las 24 horas
- Refrigerador
- Minibar

Servicios en la Habitación

- Control de temperatura individual
- Plancha y tabla de planchar
- Servicio de despertador
- Servicio de limpieza
- Servicio de descubierta de habitaciones
- Habitación con aire acondicionado
- Periódico de cortesía

Baño

- Teléfono en el cuarto de baño
- Secador de cabello

Características de las Habitaciones

- Habitación con vista a la ciudad
- Habitación para no fumadores
- Habitaciones comunicadas disponibles
- Suites disponibles
- Habitación accesible para personas con discapacidades

Acceso a Internet

- Acceso a Internet de alta velocidad de cortesía en todas las habitaciones. El acceso a Internet de alta velocidad en la habitación es de cortesía para los socios Platinum..

Servicios Para Los Huéspedes

- Recepción las 24 horas
- Florería
- Servicio valet de lavandería
- Servicios de viajes
- Seguridad las 24 horas
- Servicios médicos disponibles
- Instalaciones con aire acondicionado
- Sheraton Fitness
- Club Lounge
- Restaurante Cooks
- Centro de negocios
- Computer Workstations in Lobby

(Starwood Hotels & Resorts, 2016)

Hotel Best Western Parc Plaza:

Fuente: www.bestwestern.com

Ubicación: Av. De los Shyris N37-53 y Naciones Unidas, Quito Ecuador

Categoría: Lujo

Página web: <http://www.bwpremierquito.com>

Número de Habitaciones: 100 habitaciones entre: Junior Suites Sencillas, Junior Suites Dobles, Marquesas Sencillas, Marquesas Dobles, Habitaciones Imperiales (para largas estadías) y una Suite Presidencial. 116 habitaciones son No Fumador.

Tarifa promedio: 125 dólares

Check in: 2:00 p. m. **Check out:** 2:00 p. m.

Servicios Generales

- Spa
- Periódico de cortesía
- Lounge para cocteles
- Cambio de monedas

- Lavandería
- Limpieza en seco
- Caja de seguridad
- Servicio de Concierge
- Servicio de guardería para niños
- Medico 24 horas
- Parqueaderos gratis
- Salas de reuniones
- Personal de Catering
- Servicios de fax
- Servicios de copiadora
- Seguridad 24 horas

Servicios en las habitaciones:

- Televisión y cable vía satélite
- Películas en la habitación
- Alarma
- Escritorios
- Secadora de cabello
- Cafetera
- Plancha y tabla de planchar
- Mini bar
- Caja fuerte
- Room Service
- Cunas disponibles
- Camas extra
- Refrigerador disponible

(Best Western Hotels & Resorts, 2016)

Hotel Dann Carlton Quito



Fuente: www.hoteldanncarltonquito.com

Ubicación: República de El Salvador N 34-377 e Irlanda Quito – Ecuador

Categoría: Lujo

Página Web: <http://www.hoteldanncarltonquito.com/>

Número de Habitaciones: 212 habitaciones de tipo: Superior Queen, Superior Twin, Suites, y habitaciones del piso Ejecutivo.

Tarifa promedio: 203 dólares

Servicios generales:

- Recepción 24 horas
- Desayuno buffer de lunes a domingo
- Restaurante de cocina internacional
- Bar cafetería
- Wi-Fi gratuito
- Business Center
- Spa
- Fitness Club

- Piscina
- Servicio de banquetes
- Salas de reuniones

Servicios de cada habitación. Sujetos a variación

- cama King, Queen o dos camas Queen size, dependiendo del tipo de habitación.
- cómodos sofás
- TV
- Teléfono
- Mini bar
- Wifi
- Baño con tina
- Secador
- Área de trabajo

(HOTEL DANN CARLTON QUITO, 2016)

Le Parc Hotel Boutique Quito



Fuente: <http://www.leparc.com.ec/>

Ubicación: República de El Salvador N34-349 e Irlanda

Categoría: Primera

Página Web: <http://www.leparc.com.ec/>

Número de Habitaciones: 30 habitaciones de tipo: 10 Business Suite y 20 Junior Suite

Tarifa promedio: 98 dólares

Servicios generales:

- Minibar
- Aire Acondicionado y Calefacción
- Televisión por cable
- Secador de cabello
- Caja de seguridad personal
- Amenities Especiales
- Internet wireless
- Servicio Personalizado de Concierge
- Tv Led 42"
- Plancha

Hotel Howard Johnson



Fuente: wyndhamhotelgroup.com

Ubicación: Alemania E5-103 y Republica, Quito

Categoría: Primera

Página Web: wyndhamhotelgroup.com

Número de Habitaciones: 90 **habitaciones de tipo:** habitaciones dobles o simples y suites dobles o simples

Check in: Después de 14:00 **Check out:** Antes de las 12:00

Tarifa promedio: 110 dólares

Servicios en las habitaciones:

- Reloj despertador
- Armarios
- Escritorio
- Silla ergonómica
- Camas adicionales/Catres/Camas abatibles
- Plancha
- Tabla de planchar

- Lámpara
- Frigo bar
- Habitaciones para no fumadores
- Almohada hipo alérgica, de plumas/plumón o espuma
- Radio
- Caja fuerte
- Acceso a Internet de alta velocidad

Servicios del Hotel

- Ascensor con acceso a todos los niveles
- Entrada del hotel con acceso para sillas de ruedas
- Restaurante/bar con menús disponibles en sistema braille
- Centro de negocios
- Bar/Lounge
- Gimnasio
- Hotel 100% para no fumadores
- Restaurante
- Salón de belleza
- Wake up calls
- Salas de conferencias
- Salas de reuniones
- Estacionamiento cubierto/Garaje
- Park Before You Fly
- Estacionamiento de motocicletas

(Hotel Howard Johnson , 2016)

Hotel Finlandia



Fuente: <http://hotelfinlandiaquito.com/>

Ubicación: Finlandia 35-129 & Suecia. Quito - Ecuador

Categoría: Segunda

Página Web: <http://hotelfinlandiaquito.com/>

Número de Habitaciones: 122 habitaciones de tipo: simples y dobles

Tarifa promedio: 132 dólares

Servicios en las habitaciones:

- Restaurante Cinco Sentidos
- Salones de eventos climatizados.
- Bar Sexto Sentido.
- Desayuno buffet.
- TV por cable.
- Amenities.

- Caja fuerte en cada habitación.
- Room service.
- Lavandería (en agua o seco).
- Llamada despertador.
- Botella de agua en la habitación.
- WI-FI banda ancha.
- Business center.
- Servicio de fax-copias.
- Parqueadero.
- Servicio de emergencias médicas 24 horas gratis.

Servicios en la Habitación

- Internet Inalámbrico
- Caja de Seguridad
- TV por cable
- Teléfono con discado directo internacional.

(Hotel Finlandia, 2016)

2.4 Demanda Histórica Y Estimación De Parámetros (Método Mínimos Cuadrados)

Tabla No. 16. Demanda Histórica

N	X	Y	XY	X ²
2012	1	100.457	100.457	1
2013	2	121.605	243.211	4
2014	3	135.930	407.789	9
2015	4	136.671	546.684	16
Σ	10	494.663	1.298.141	30

Y= Población histórica
X= número de años
N= 4

PROYECCION DE LA DEMANDA		
	PRONOSTICO	
	años (x)	AÑOS
Y=	154.407	5 2016
Y=	166.704	6 2017
Y=	179.000	7 2018
Y=	191.297	8 2019

Y=	mx+b
----	------

b=	92.924
m=	12.297

Dónde:

$$m = \frac{(X'' * XY) - (X * Y)}{(X * X^2) - (X * X)}$$

$$b = \frac{(Y'' * X^2) - (X * Y)}{(X * X^2) - (X * X)}$$

2.5 Oferta Histórica Y Estimación De Parámetros (Método Mínimos Cuadrados)

Tabla No. 17. Oferta Histórica

CAPACIDAD TOTAL DE LA COMPETENCIA				
AÑO	NEGOCIO	CAPACIDAD MÁXIMA	DIARIA PAX	ANUAL PAX
2015	A. Amaranta ApartHotel	53	21	7.632
	B. Filatelia ApartHotel	53	32	11.448
CAPACIDAD TOTAL				19.080

A. Amaranta ApartHotel		B. Filatelia ApartHotel	
47	CAMAS	28	CAMAS
53	PLAZAS (PAX)	53	PLAZAS (PAX)
40%	P.O	60%	P.O
22	Nº HABITACIONES	14	Nº HABITACIONES

AÑO	NEGOCIO	CAPACIDAD MÁXIMA	DIARIA PAX	ANUAL PAX
2014	A. Amaranta ApartHotel	53	20	7.284
	B. Filatelia ApartHotel	53	30	10.926
CAPACIDAD TOTAL				18.210

A. Amaranta ApartHotel		B. Filatelia ApartHotel	
47	CAMAS	28	CAMAS
53	PLAZAS (PAX)	53	PLAZAS (PAX)
38%	P.O	57%	P.O
22	Nº HABITACIONES	14	Nº HABITACIONES

AÑO	NEGOCIO	CAPACIDAD MÁXIMA	DIARIA PAX	ANUAL PAX
2013	A. Amaranta ApartHotel	53	19	6.952
	B. Filatelia ApartHotel	53	29	10.428
CAPACIDAD TOTAL				17.380

A. Amaranta ApartHotel		B. Filatelia ApartHotel	
47	CAMAS	28	CAMAS
53	PLAZAS (PAX)	53	PLAZAS (PAX)
36%	P.O	55%	P.O
22	Nº HABITACIONES	14	Nº HABITACIONES

AÑO	NEGOCIO	CAPACIDAD MÁXIMA	DIARIA PAX	ANUAL PAX
2012	A. Amaranta ApartHotel	53	18	6.635
	B. Filatelia ApartHotel	53	28	9.952
CAPACIDAD TOTAL				16.587

A. Amaranta ApartHotel		B. Filatelia ApartHotel	
47	CAMAS	28	CAMAS
53	PLAZAS (PAX)	53	PLAZAS (PAX)
35%	P.O	52%	P.O
22	Nº HABITACIONES	14	Nº HABITACIONES

*se tomó los datos históricos de Amaranta Apart Hotel y de Filatelia Apart Hotel

debido a que sus instalaciones y servicios son semejantes a los de este proyecto.

N	X	Y	XY	X ²
2012	1	16.587	16.587	1
2013	2	17.380	34.759	4
2014	3	18.210	54.630	9
2015	4	19.080	76.320	16
Σ	10	71.257	182.296	30

Y= Población histórica	
X= Número de años	
N=	4

PROYECCION DE LA OFERTA		
	PRONOSTICO	
	oferta	años (x)
Y=	19.891	5
Y=	20.722	6
Y=	21.553	7
Y=	22.384	8
		AÑOS
		2016
		2017
		2018
		2019

Y=	mx+b
-----------	-------------

b=	15.737
m=	831

Dónde:

$$m = \frac{(X'' * XY) - (X * Y)}{(X * X^2) - (X * X)}$$

$$b = \frac{(Y'' * X^2) - (X * Y)}{(X * X^2) - (X * X)}$$

2.6 Balance oferta- demanda

Tabla No. 18. Balance Oferta- Demanda

oferta	19.891
demanda	32.376
demanda satisfecha	
demanda insatisfecha	-12.484

Al tener una demanda insatisfecha, se procederá a realizar estrategias de marketing destinadas a satisfacer las necesidades del mercado potencial de este negocio, de tal manera que se logre la fidelización de los mismos y de llegar a nuevos mercados.

2.7 Marketing Mix.

Producto

- Después de determinar el segmento del mercado al que va dirigido este establecimiento (negocios), se considera que se implementarán solo dos tipos de habitaciones.
- Departamentos con habitaciones simples: una sola habitación (1-2 personas), totalmente equipados con sala, cocina, comedor, baño privado, wi-fi. Habitaciones insonorizadas y todas No fumadores
- Departamentos con habitaciones dobles: 2 habitaciones (2-4 personas), totalmente equipados con sala, cocina, comedor, baño privado, wi-fi. Habitaciones insonorizadas y todas No fumadores
- Servicio de lavandería
- Servicio de transfer in/out con un costo extra

Precio

Al ser el precio la variable más sensible para la gran mayoría del mercado, es necesario tomar en cuenta los siguientes puntos para la determinación de las tarifas de los servicios ofertados.

1. **Sensibilidad en el precio.** Se debe implementar tarifas que sean capaces de competir en el mercado, esto quiere decir que no se debe colocar precios o tarifas muy por debajo de las de la competencia porque significaría una mala calidad de las habitaciones o del servicio brindado, por otro lado un precio muy elevado significaría el rechazo inmediato de los huéspedes ya que, al permanecer varias noches en la ciudad, resultaría impagable su estadía, y más bien optarían por elegir a la competencia que les ofrece precios más cómodos

por el mismo servicio. Esto va ligado directamente al porcentaje de ingresos que perciben los clientes.

2. **Las tarifas en la actualidad.** Hoy en día, las tarifas no son fijas (sin considerar la tarifa Rack), los segmentos del mercado no son fijos, las tarifas dependen mucho de las temporadas, de las restricciones y de las negociaciones, sin embargo hay que tomar en cuenta siempre la diferencia de tarifas por tipo de habitación ya que el costo marginal no es el mismo para una que para 2 personas en una misma habitación.
3. **Tarifa promedio potencial.** Al definir una tarifa promedio permite al establecimiento ir en camino a la maximización de ventas y de beneficios, esta tarifa promedio sirve como referencia para la negociación de tarifas de SGL y DBL habitaciones.
4. **Descuento de precios.** Este descuento se puede aplicar en pequeños porcentajes, ya sea en dinero, o por cantidad de huéspedes (grupos) o estacionales (temporada alta o baja)
5. **Precios promocionales.** El establecimiento puede optar por armar paquetes promocionales para sus huéspedes por fechas importantes como: San Valentín, Navidad, Fin de Año, Fiestas Nacionales, etc. O combos de hospedaje para temporadas bajas.

Plaza

La primera cosa en la que piensan los turistas a la hora de viajar es la ubicación de su destino de hospedaje, su contacto con el contexto en el que se mueven y sus destinos finales es imprescindible, por lo que hay que tomar en cuenta las siguientes características:

1. **Ubicación del alojamiento.** Para un segmento de mercado de negocios es esencial que su lugar de descanso esté muy cerca a su lugar de trabajo, facilitando su transporte y su tiempo para descansar y para trabajar. Un lugar en el centro financiero de la ciudad es estratégico para este segmento.
2. **Parqueaderos.** En muchos casos, los turistas viajan en sus propios autos, por lo que otra necesidad primordial es la de tener un lugar seguro en donde poder guardar sus autos mientras ellos descansan, y que naturalmente se encuentre dentro del establecimiento o cerca del mismo.
3. **Información para llegar.** Es importante que el hotel cuente con un mapa de la ubicación exacta en su página web o que se den las indicaciones exactas a los huéspedes previo a su arribo, de tal manera se pueden evitar casos como robos a los huéspedes, pérdida de la reserva o en casos extremos secuestros por uso de taxis ilegales para intentar llegar al establecimiento.
4. **Cuidado del establecimiento.** Para todo negocio hotelero, los momentos de verdad son vitales, una fachada bien aseada, bien señalada y organizada , indicará al huésped la seriedad y la importancia que se le da a la imagen del establecimiento, el huésped por su parte sentirá confianza en hospedarse ahí y fidelizarse con la marca.

Comunicación

1. Canales Directos:

Es indispensable que el establecimiento cuente con su propia página web, de modo que se le facilite al huésped su reserva, así como también, poder brindar

le evidencias fotográficas acerca de las instalaciones y de los servicios ofertados del negocio y la ubicación exacta del mismo.

Es importante también la comunicación directa con el huésped, es común hoy en día que se realicen encuestas de satisfacción vía e-mail, de modo que el establecimiento pueda identificar la experiencia "post venta" de los servicios de alojamiento, se pueden identificar puntos débiles y en lo posible la implementación de nuevos servicios, promociones o acciones especiales en el negocio.

Fuerza de ventas: el contacto directo con el huésped hace mucho más seguro un convenio, ya que en ese momento se pueden aclarar dudas, incluir detalles que no están especificados en la página web y hasta podría llegarse a renovar negociaciones en donde ambas partes se beneficien en un mayor porcentaje.

2. Canales Indirectos:

La publicidad en meta buscadores hoteleros como Trip Advisor, Despegar.com y Booking.com, es uno de los agentes claves en la comunicación y distribución hotelera para el crecimiento del establecimiento, ya que un negocio hotelero puede entrar en una mayor competencia con otros negocios de similares o iguales características, ofreciendo a los huéspedes la oportunidad de comparar tarifas en tiempo real, disponibilidad, servicios, beneficios y comentarios de huéspedes antiguos del establecimiento.

Agencias de viajes: hacer convenios con agencias de viajes trae beneficios para ambas partes, el hotel gana más huéspedes y su ocupación incrementa,

mientras que las agencias ganan comisión por cada grupo o huésped que envíe. Los paquetes promocionales son comunes en este tipo de convenios en temporadas altas o de mayor flujo de turistas en una zona en específico.

3. Elección de los Canales de Distribución:

La elección del mejor canal de distribución para este proyecto se lo definirá mediante el método NO COMPENSATORIO, el cual utiliza atributos calificados como primordiales al momento de que el cliente toma muy encuentra al elegir su hospedaje y de una escala Likert para medir la satisfacción que los huéspedes tienen hacia estos atributos

Tabla No. 19 Método no compensatorio de los canales de Distribución

HOTEL	Wi	CANAL 0		CANAL 1		CANAL 2		CANAL 3	
ATRIBUTOS		Ap.hotel-huésped	PASA	Ap.hotel-agencias-huésped	PASA	Ap.hotel-agencias-tour operadores-	PASA	Ap.hotel-agencias-tour operadores- mayoristas-	PASA
Relación Precio-Calidad	5	5	PASA	5	PASA	5	PASA	4	FALLA
Cumplimiento con las reservas	5	5	PASA	5	PASA	5	PASA	4	FALLA
Transporte	3	4	PASA	5	PASA	3	PASA	3	PASA
Accesibilidad a la Información	4	4	PASA	3	FALLA	3	FALLA	3	FALLA
Atención al Cliente	4	5	PASA	3	FALLA	3	FALLA	2	FALLA
Responsabilidad del Intermediario	5	5	PASA	5	PASA	3	FALLA	4	FALLA
Manejo de Quejas	3	4	PASA	3	PASA	3	PASA	3	PASA
Escala Likert: 1 poco; 5 muy importante Wi: peso de importancia del atributo									

Elaborado por: Malena Moreno

En los primeros meses de operación de este establecimiento, los productos y servicios serán distribuidos mediante un canal 0, es decir que se ha elegido el contacto de manera directa Apart Hotel - huésped, esto quiere decir que no existirán intermediarios; el huésped podrá sentirse más cómodo y seguro al momento de

realizar su reserva en la página oficial del establecimiento. Sin embargo hay que resaltar la importancia de que previo al momento de la búsqueda de Apart Hoteles en Quito en internet por parte de los turistas, se realice la gestión de compra de dominios en Google o usar el "personar Rank", el cual consiste en incluir los enlaces directos de la página oficial del hotel en las redes Sociales del mismo, la publicidad en Facebook, Twitter e Instagram es la mejor forma de propaganda hoy en día.

CAPITULO III

3. PROPUESTA

3.1 Marco Legal

Para el desarrollo de esta investigación es importante mencionar que se cuenta con el soporte de las leyes y normas vigentes en el Ecuador, sobre todo en materia turística. La aceptación y aplicación de las mismas han ido progresando e incrementando en la vida cotidiana tanto de los ciudadanos como de los turistas que vienen al país.

Las leyes que respaldan la implementación de una propuesta de alojamiento turístico y que servirán de guía para todas las gestiones que se espera realizar a un futuro en la consecución de este plan de negocio son:

3.1.1 Proceso para la creación de una empresa hotelera en el Ecuador.

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

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f) Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

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

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia Única Anual de Funcionamiento, lo que les permitirá:

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

(Ley de Turismo, 2002, págs. 2,3)

3.1.2 Permisos de funcionamiento de una empresa:

“**Art. 7.-** Requisitos previo al registro.- Las personas naturales o jurídicas previo a iniciar el proceso de registro del establecimiento de alojamiento turístico, deberán contar con los siguientes documentos”:

- Registro Único de Contribuyentes (RUC), para persona natural.
- Cédula de identidad o ciudadanía y papeleta de votación, de la persona natural.
- Certificado de gravámenes o contrato de arrendamiento del local de ser el caso, debidamente legalizado ante la Autoridad competente.
- Inventario valorado de activos fijos de la empresa bajo la responsabilidad del propietario.
- Pago del uno por mil sobre el valor de los activos fijos.
- Para el uso del nombre comercial, el establecimiento de alojamiento deberá cumplir con las disposiciones de la Ley de Propiedad Intelectual y la normativa aplicable en esta materia.

(Codificado por AHOTEC, 2015)

Art. 10. De la identificación del establecimiento turístico.- El establecimiento deberá contar con un letrero visible en la parte exterior del mismo, en el cual no podrá ostentar una tipología o categoría que pueda engañar a los huéspedes, turistas, autoridades y público en general, sobre las condiciones y calidad del establecimiento. El incumplimiento de la presente disposición, dará lugar a las sanciones establecidas en la normativa vigente.

(Reglamento de Alojamiento Turístico, 2015, pág. 5)

3.1.3 Obtención del RUC (Registro Único de Contribuyentes):

“El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos”. (Servicio de Rentas Internas, s/f)

3.1.3.1 Requisitos generales para inscripción y actualización del RUC, para sociedades:

- **Formulario.-** Debidamente lleno y firmado por el Representante Legal (si la sociedad registra más de 5 accionistas, esta información no se registrará en el formulario).
- **Identificación de la sociedad.-** Original y copia simple de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez. Únicamente para el caso de Empresas Unipersonales la escritura pública de constitución deberá ser inscrita en el Registro Mercantil.
- **Representación.-** Original y copia simple del nombramiento del representante legal con reconocimiento de firmas o protocolizado, para el caso de las Empresas Unipersonales y Civiles Comerciales el nombramiento deberá ser inscrito en el Registro Mercantil.
- **Documento de Identificación del Representante Legal y documento de ubicación de la sociedad.-** Remitirse a la hoja de identificación del representante legal y la ubicación de la sociedad.

(Servicio de Rentas Internas, s/f)

3.1.3.2 Requisitos generales para identificación del representante legal de la sociedad en inscripción o actualización del ruc:

- Cédula de identidad o de ciudadanía
- Papeleta de votación

(Servicio de Rentas Internas, s/f)

3.1.4 Requisitos generales para identificación de la ubicación del domicilio y establecimientos del contribuyente (sociedad):

- Factura, planilla, comprobante de pago de servicios básicos (luz, agua, teléfono, internet, televisión pagada) otorgados por empresas públicas.
- Factura o estados de cuenta de otros servicios (telefonía fija o móvil, televisión pagada, internet) prestados por instituciones privadas.
- Comprobante de pago de impuesto predial urbano o rural.
- Notas de crédito y de débito, únicamente las emitidas por servicios básicos.
- Cualquier documento emitido por una entidad pública, pueden ser: certificaciones de cualquier entidad pública, orden de instalación de cualquier medidor o línea telefónica fija.
- Contrato o factura de arrendamiento, contrato de comodato. El contrato de arrendamiento cuyo cánon de arrendamiento supere una remuneración básica unificada deberá ser inscrito ante un notario.
- Estado de cuenta bancario o tarjeta de crédito.

- Patente municipal, permiso de bomberos.
- Certificación de la junta parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado.
- Escritura de compra venta del inmueble o certificado del Registro de la Propiedad.

(Servicio de Rentas Internas, s/f)

3.1.5 Requisitos generales para obtener el registro turístico:

- Copia **certificada** de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cédula de identidad, a color.
- Copia de la última papeleta de votación, a color.
- Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, **en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.**
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de:
 - ✓ Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum.

✓ Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral.

✓ Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis.

- Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia).
- Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.
- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.

(Ministerio de Turismo)

3.1.6 Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas – LUAE:

La LUAE es el documento habilitante y acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito. La LUAE integra los siguientes permisos y/o autorizaciones administrativas:

- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)

- Permiso Ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las Actividades Turísticas
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia
- General de Policía.

(Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, s/f)

“El proceso para obtener la LUAE puede iniciarse a través de la página web del Municipio de Quito: www.quito.gob.ec, o con la presentación del formulario impreso lleno y firmado en cualquiera de las Administraciones Zonales”. (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, s/f)

3.1.7 Licencia Única Anual De Funcionamiento De Actividades Turísticas:

Art. 55.- Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del Registro de Turismo, la Licencia Única Anual de Funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente. (Reglamento General de Aplicación a la ley de Turismo, 2004, pág. 12)

Los requisitos para obtener la licencia única anual de funcionamiento, aparte del registro de turismo serán los siguientes:

- a) Pago del impuesto predial.

- b) Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto a la renta correspondiente.
- c) Pagos por concepto de renovación de licencia única anual de funcionamiento, de ser el caso.
- d) Estar al día en el pago de las obligaciones previstas en la Ley de Turismo y normativa pertinente.

(Reglamento de Alojamiento Turístico, 2015, pág. 5)

Una vez obtenida la licencia única anual de funcionamiento según el procedimiento establecido se deberá contar con dicho documento para su exhibición, en un lugar que sea visible para el huésped. (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2015, pág. 5)

3.1.8 Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos:

El permiso de funcionamiento es la autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad.

TIPO A.- Empresas, industrias, fábricas, bancos, edificios, plantas de envasado, hoteles de lujo, centros comerciales, plantas de lavado, cines, bodegas empresariales, supermercados, comisariatos, clínicas, hospitales, escenarios permanentes.

TIPO B.- Aserraderos, lavanderías, centros de acopio, gasolineras, mecánicas, lubricadoras, hoteles, moteles, hostales, bares, discotecas, casinos, bodegas de víveres.

TIPO C.- Almacenes en general, funerarias, farmacias, boticas, imprentas, salas de belleza, ferreterías, picanterías, restaurantes, heladerías, cafeterías, panaderías, distribuidoras de gas, juegos electrónicos, vehículos repartidores de gas, tanqueros de líquidos inflamables, locales de centros comerciales.

(Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito, s/f)

Requisitos:

- Solicitud de inspección del local

- Informe favorable de la inspección;
- Copia del RUC.

(Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito, s/f)

3.1.9 Permiso De Funcionamiento emitido por el Ministerio De Salud:

Requisitos para Obtener Permiso de Funcionamiento (Acuerdos Ministeriales 4712 y 4907)

1. Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
2. Registro único de contribuyentes (RUC).
3. Cédula de identidad, identidad y ciudadanía, carné de refugiado, o documento equivalente a éstos, del propietario o representante legal del establecimiento.
4. Documentos que acrediten la personería Jurídica del establecimiento, cuando corresponda.
5. Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda.
6. Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento;
- y,
7. Otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

(Ministerio de Salud Pública, 2014)

3.1.10 Patente Municipal:

- Requisitos generales:
 - ✓ Formulario de inscripción de patente.

- ✓ Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- ✓ Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado.
- ✓ Copia del RUC en el caso que lo posea.
- ✓ Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente.

- Requisitos adicionales:

- ✓ En caso de discapacidad, copia del carné del CONADIS

(Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, s/f)

3.1.11. Sociedad General De Autores Y Compositores Ecuatorianos:

- Presentar el RUC.
- Presentar la categoría del establecimiento una vez que esta ha sido asignada.
- Presentar número de habitaciones del establecimiento.
- Pagar anualmente el valor correspondiente al resultado de multiplicar el número total de habitaciones que posea el establecimiento por el valor que corresponda de acuerdo a la categoría del establecimiento:
 - a) De lujo (cinco estrellas), el equivalente a US\$ 3,50 más IVA;
 - b) De primera categoría, el equivalente a US\$ 2,50 más IVA;

- c) De segunda categoría, el equivalente a US\$ 1,50 más IVA;
- d) De tercera y cuarta categoría, el equivalente a US\$ 1,00 más IVA.

Este pago no incluye las presentaciones de artistas en vivo que se cobrarán por cada una. (Sociedad General de Autores y Compositores Ecuatorianos, 2011, pág. 9)

3.1.12 IEPI (para el registro de la marca):

- Presentar la solicitud de registro de marca.
- Se realiza un examen de forma, revisando que cumpla con todos los requisitos.
- De ser así se publica en la Gaceta de Propiedad Industrial, con la finalidad de que terceros tengan conocimiento de las peticiones efectuadas.
- Si no existe oposición, se efectúa el examen de registrabilidad para la posterior emisión de la resolución que acepta o rechaza el registro.
- En caso de concesión, el trámite concluye con la emisión del título de registro.

(Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual , s/f)

Art. 205.- El solicitante de un registro de marca podrá modificar su solicitud inicial en cualquier estado del trámite, antes de su publicación, únicamente con relación a aspectos secundarios. Así mismo, podrá eliminar o restringir los productos o servicios especificados. Podrá también ampliar los

productos o servicios, dentro de la misma clase internacional, hasta antes de la publicación de que trata el artículo 207 de esta Ley.

Art. 206.- Admitida la solicitud, la Dirección Nacional de Propiedad Industrial examinará, dentro de los quince días hábiles siguientes a su presentación, si ella se ajusta a los aspectos formales exigidos por este Capítulo.

Si del examen resulta que la solicitud no cumple con los requisitos formales, la Dirección Nacional de Propiedad Industrial notificará al peticionario para que en un plazo de treinta días, siguientes a su notificación, subsane las irregularidades. Si dentro del plazo señalado no se hubieren subsanado las irregularidades, la solicitud será rechazada.

Art. 207.- Si la solicitud de registro reúne los requisitos formales, la Dirección Nacional de Propiedad Industrial ordenará su publicación por una sola vez, en la Gaceta de la Propiedad Intelectual.

(Comisión de Legislación y Codificación del H. Congreso Nacional, 2006, págs. 43,44)

3.1.13 Licencia Ambiental:

- Solicitar el Certificado de Intersección que debe contener: fecha de la solicitud, razón social del proponente, nombres y apellidos del Representante Legal, dirección, ciudad, teléfono, email, nombre del proyecto con una pequeña descripción del mismo, ubicación del proyecto con coordenadas UTM.
- Solicitar la aprobación de los Términos de Referencia para un posterior Estudio de Impacto Ambiental (EIA) y Plan de Manejo Ambiental (PMA), esta solicitud debe contener: fecha de solicitud,

razón social del proponente, nombre del proyecto, referencia del número del expediente asignado en el trámite anterior (Certificado de Intersección), documento de términos de referencia por escrito y constancia de que los términos de referencia fueron puestos en conocimiento de la ciudadanía.

- Solicitar la aprobación del EIA y el PMA, la solicitud debe contener: fecha de solicitud, razón social del proponente, nombre del proyecto, referencia del número del expediente asignado (Certificado de Intersección), documento escrito del EIA y PMA, constancia de que el EIA y el PMA fueron puestos en conocimiento de la ciudadanía.

- Solicitar la emisión de la Licencia Ambiental, la solicitud debe contener: fecha de solicitud, razón social del proponente, nombre del proyecto, referencia del número del expediente asignado (Certificado de Intersección), cronograma valorado de ejecución del PMA anual y certificación del costo total del proyecto. (Subsecretaría de Calidad Ambiental, s/f, págs. 1-3)

La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente notificará al Proponente con el valor de la tasa por emisión de la Licencia Ambiental, que corresponde al 1 por mil del costo total del proyecto y la tasa por el primer año de Seguimiento y Monitoreo al PMA según lo establecido en el Libro IX del TULAS.

El Proponente deberá remitir a la Subsecretaria de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente lo siguiente:

- Razón Social del Proponente

- Nombre del Proyecto
- Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección.
- Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, de las tasas correspondientes a la emisión de la Licencia Ambiental y Seguimiento y Monitoreo.
- Garantía de Fiel Cumplimiento del Plan Anual de Manejo Ambiental, equivalente al 100% del Cronograma Anual Valorado, a nombre del Ministerio del Ambiente
- Póliza de Seguros por daños ambientales o daños a terceros a nombre del Ministerio del Ambiente.

La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente **inscribirá la Licencia Ambiental** en el Registro de Licencias Ambientales y notificará y entregará al Proponente el original de la Licencia Ambiental emitida por el Ministro del Ambiente, que rige desde la fecha de la Resolución Ministerial, la cual contiene todas las obligaciones y responsabilidades que el Proponente asume en materia ambiental por el tiempo de vigencia de la Licencia. (Subsecretaría de Calidad Ambiental, s/f, pág. 3)

3.1.14 Registro Mercantil:

- Matrículas de comercio:
 - ✓ Dirigir por escrito a uno de los jueces de lo civil la petición para que éste autorice la inscripción en el registro de la matrícula de comercio en la oficina de registro del cantón correspondiente;

- ✓ El usuario presentará al Registrador de la respectiva jurisdicción cantonal, el Oficio que autoriza la Matrícula de Comercio suscrito por el juez competente;
 - ✓ Si los socios o accionistas fueren personas naturales o jurídicas extranjeras residentes en el Ecuador deberán presentar el RUC o el documento que emita el Servicio de Rentas Internas cuando se trate de aquellas personas naturales extranjeras residentes o no en Ecuador y sociedades extranjeras no domiciliadas en el país y que de acuerdo a la normativa tributaria vigente no tengan establecimiento permanente en Ecuador que, no estén enmarcados en los casos previstos en los numerales 1 y 3 de la Circular No. NAC-DGECCGC 12-00011; y,
 - ✓ Dos ejemplares certificados del proceso judicial en el que se aprobó la matrícula de comercio.
- Contenido del Escrito para aprobación judicial.-El escrito dirigido al juez, para que apruebe la matrícula de comercio contendrá:
 - ✓ El giro que va a emprender;
 - ✓ El lugar donde va a establecerse;
 - ✓ El nombre o razón con la que ha de girar;
 - ✓ El modelo de la firma que usará;
 - ✓ Si intenta ejercer por mayor o menor la profesión mercantil;y,
 - ✓ El capital que destina a ese comercio.

Si fuere una sociedad la que va a establecerse, se expresará en la matrícula el nombre de todos los socios solidarios; y si varios de ellos tuvieren derecho a usar de la firma social, se acompañará el modelo de la firma de cada uno de ellos. Si fuere un sólo individuo, la firma que usará en sus actos de comercio.

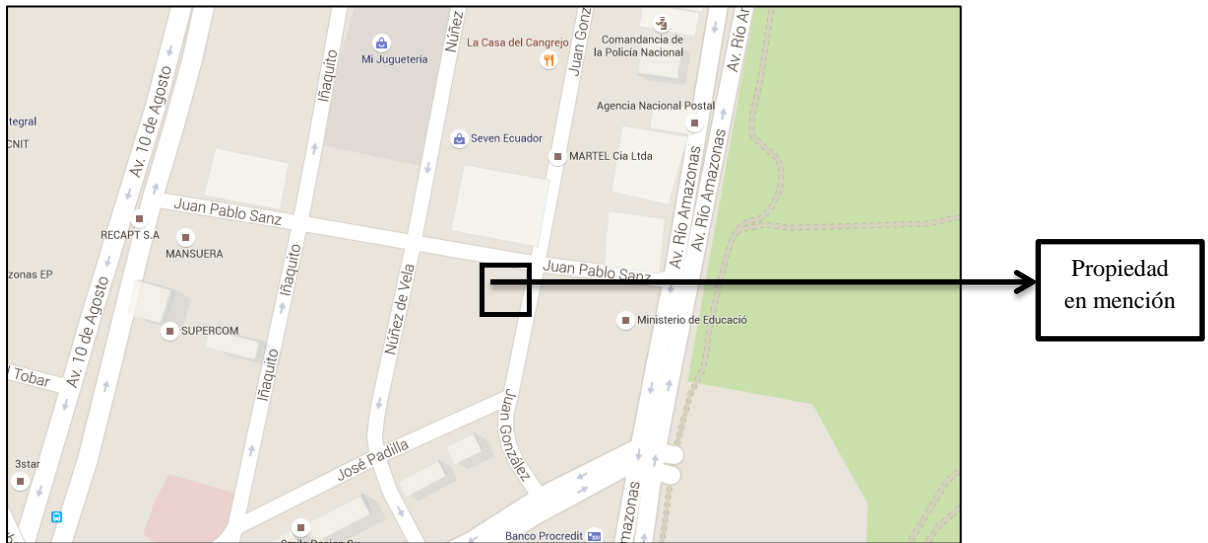
Si el establecimiento estuviere administrado por un factor, deberá expresarse el nombre de éste, y acompañarse el modelo de su firma. (Registro Mercantil, s/f)

- Sociedades civiles:
 - ✓ Tres copias certificadas de la escritura pública de constitución o reforma de estatutos de la sociedad civil;
 - ✓ Proceso original, a falta de este se aceptará la copia certificada del proceso acompañada de un oficio emitido por el juzgado de lo civil correspondiente notificando la sentencia al Registro Mercantil del respectivo cantón. En todo caso, el proceso deberá contener:
 - ❖ Sentencia aprobatoria del juez de lo civil.
 - ❖ Notificación al señor Registrador Mercantil
 - ✓ Copia Certificada del Proceso;
 - ✓ Razón notarial ante el cual se celebró la escritura de constitución al margen de la correspondiente matriz indicando de la aprobación de la sociedad (Exclusivamente en el caso de constituciones) (Registro Mercantil, s/f)

3.2 Estudio Técnico y Administrativo

3.2.1 Ubicación.

La ubicación del terreno en donde se planea la construcción de este establecimiento es en la calle Juan Gonzales y Juan Pablo Sanz, sector de Ñaquito,

Figura N23. Ubicación

Fuente: Google Maps
Elaborado por: Malena Moreno

3.2.2 Nombre de la Empresa

3.2.2.1 Marca

La marca es considerada la imagen representativa de un negocio, la cual permite diferenciar productos, servicios, establecimientos, entre otros, con el fin de que el consumidor distinguirlos unos de otros, a pesar de su gran variedad en el mercado. Las marcas comerciales pueden ser palabras, letras, números, fotos y formas así como toda combinación de los mismos (INAPI).

El nombre o marca se ha definido como "Apart Hotel Qantu", nombre quechua que significa "flor", la cual es un símbolo de la mitología Peruana que muestra a la flor de qantu como una representación de esperanza y de salvación en tierras quechuas, es así que, hoy en día es considerada la flor sagrada de los Incas y la flor emblema del país vecino (La Flor de Qantu, 2008).

A continuación se presenta la marca y el slogan del Apart Hotel:



Elaborado por: Malena Moreno

3.2.2.2 Slogan

El slogan propuesto es: TU SEGUNDO HOGAR busca sintetizar la experiencia de la estadía del huésped, que se sienta como en casa y disfrute de las comodidades que brinda este Apart Hotel

3.2.3 Misión

“Atender y suplir las necesidades de nuestros huéspedes mediante la oferta de un servicio personalizado con excelencia y calidad; promoviendo así una cultura de mejoramiento continuo en nuestros procesos, productos y servicios, siempre tomando en cuenta la responsabilidad con el medio ambiente”.

3.2.4 Visión

“Ser el líder en la innovación de servicios de la hospitalidad en Quito”.

3.2.5 Valores Corporativos

- **Innovación:** estar a la vanguardia en las últimas tendencias de la hospitalidad para lograr la mayor satisfacción de los clientes durante su estadía
- **Responsabilidad con el medio ambiente:** el Apart Hotel Qantu se responsabiliza del buen trato y cuidado del medio ambiente y de sus actores principales en el ejercicio diario de sus actividades internas y externas,

evitando significativamente la generación de un impacto negativo en el entorno social y medioambiental.

- **Atención personalizada:** El buen trato hacia el cliente es lo esencial para un buen servicio, suplir sus necesidades superando sus expectativas es la meta del personal que labora en el establecimiento.
- **Respeto:** Constituye la base de las relaciones humanas; implicando así tolerancia, y derecho a la diversidad e identidad de cada individuo.
- **Amor al Trabajo:** el personal que ama su trabajo, que dedica su tiempo en perfeccionarlo y que además tiene la garantía de una estabilidad y bienestar laboral hacen que su trabajo sea mucho más eficiente y de calidad.
- **Orden y limpieza:** mantener un ambiente impecable tanto en lo personal como en todas y cada una de las actividades realizadas diariamente tanto del personal como de los huéspedes.

3.2.6 Distribución de las plantas:

Subsuelo 1: en esta planta se ubicarán:

- Área administrativa
 - Gerencia General
 - Departamento Financiero
 - Recursos Humanos
 - Dirección Comercial
 - Bodegas
 - Ama de llaves
- Lavandería y Ropería
- Bodegas
- Mantenimiento
- Seguridad
- Baños para el personal

Planta Baja:

En el Interior de esta planta van a estar ubicados:

- El Front Desk
- El Lobby
- Baños diferenciados para los huéspedes
- Bodega de equipajes
- Business Center
- Ascensores

En el Exterior:

- Área de parqueaderos
- Jardín
- Rampas y gradas para la entrada al establecimiento

Primer Piso:

- 3 apartamentos simples (1 habitación)
- Lino
- Ascensor
- Salidas de emergencia

Segundo piso:

- 3 apartamentos dobles (2 habitaciones)
- Lino
- Ascensor
- Salidas de emergencia

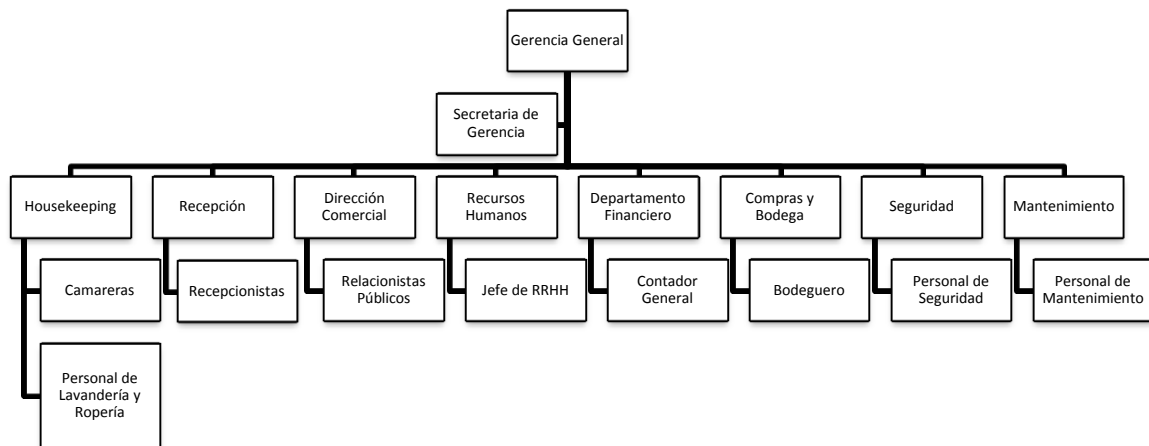
Tercer piso:

- 3 apartamentos simples (1 habitación)
- Lino
- Ascensor
- Salidas de emergencia

Cuarto piso:

- 3 apartamentos dobles (2 habitaciones)
- Lino
- Ascensor
- Salidas de emergencia

3.2.7 Organigrama Estructural



Elaborado por: Malena Moreno

3.2.8 Planificación de trabajo

- **Recepción**

El horario de trabajo es el siguiente:

Tabla N. 20 Horario de Recepción

Mañana	07: 00 am – 15: 00 pm
Tarde	15: 00 pm – 11: 00 pm
Noche o Velada	11: 00 pm – 07: 00 am

Elaborado por: Malena Moreno

- **Recursos Humanos**

El horario de trabajo es el siguiente:

Tabla N. 21 Horario de Reservas

Horario de Oficina	08: 30 am – 17: 30 pm
--------------------	-----------------------

Elaborado por: Malena Moreno

- **Housekeeping (Camareras y Supervisor/a de Pisos)**

El horario de trabajo es el siguiente:

Tabla N.22 Horario de Housekeeping

Mañana	07: 00 am – 15: 00 pm
Noche o Velada	15: 00 pm – 11: 00 pm

Elaborado por: Malena Moreno

Nota: los requerimientos que los huéspedes soliciten durante la noche, serán cubiertos por el personal de recepción.

- **Lavandería y Ropería**

El horario de trabajo es el siguiente:

Tabla N.23 Horario de Lavandería

Mañana	06: 00 am – 13: 00 pm
Tarde	13: 00 pm – 20: 00 am

Elaborado por: Malena Moreno

- **Mantenimiento**

El horario de trabajo es el siguiente:

Tabla N. 24 Horario de Mantenimiento

Horario único	08: 30 am – 17: 30 pm
---------------	-----------------------

Elaborado por: Malena Moreno

- **Contador**

El horario de trabajo es el siguiente:

Tabla N. 25 Horario del Contador General

Horario de Oficina	08: 30 am – 17: 30 pm
--------------------	-----------------------

Elaborado por: Malena Moreno

- **Relaciones Públicas**

El horario de trabajo es el siguiente:

Tabla N.26 Horario de Relaciones Públicas

Mañana	08: 30 am – 17: 30 pm
--------	-----------------------

Elaborado por: Malena Moreno

- **Seguridad**

El horario de trabajo es el siguiente:

Tabla N. 27 Horario de Seguridad

Mañana	07: 00 am – 15: 00 pm
Tarde	15: 00 pm – 11: 00 pm
Noche o Velada	11: 00 pm – 07: 00 am

Elaborado por: Malena Moreno

- **Bodegas**

El horario de trabajo es el siguiente:

Tabla N.28 Horario de Bodegas

Turno Único	08: 30 am – 17: 30 pm
-------------	-----------------------

Elaborado por: Malena Moreno

- **Gerencia de Turno Nocturna**

La Gerencia de Turno será debidamente repartida entre el Gerente General, la Secretaria de Gerencia, rotando a cada persona cada 30 días. Es importante mencionar que el cargo no es presencial, sino que la persona en turno es responsable de permanecer pendiente de cualquier inconveniente que se suscite en el establecimiento y acuda al mismo, si así conviniese

3.3 Estudio Financiero

3.3.1 Mano de Obra Directa

Para la estimación del personal de recepción y de camareras, se procedió con el cálculo mediante la siguiente fórmula:

Días del año	365
(-) Días libres	104
(-)Vacaciones	<u>15</u>
Días laborables	246

$$3 \text{ turnos diarios} \times 365 = 1095$$

$1095 / 246 = 4 \text{ personas}$

Tabla N.29 Proyección sueldos Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA									
AÑO 1									
CARGO	CANT.	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	14to SUELDO	13er SUELDO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES (24va parte del sueldo ganado en el año)	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA MENSUAL	TOTAL ANUAL
RECEPCIONISTA	4	\$370,14	\$30,50	\$30,84	\$30,83	\$0,00	\$44,97	\$2.029,14	\$24.349,68
CAMARERA/O	4	\$369,40	\$30,50	\$30,78	\$30,77	\$0,00	\$44,88	\$2.025,37	\$24.304,42
SUPERVISOR/A DE PISOS	1	\$372,70	\$30,50	\$31,06	\$31,05	\$0,00	\$45,28	\$510,59	\$6.127,02
OPERADORES LAVANDERÍA	2	\$370,14	\$30,50	\$30,84	\$30,83	\$0,00	\$44,97	\$1.014,57	\$12.174,84
PERSONAL DE SEGURIDAD	3	\$371,23	\$30,50	\$30,94	\$30,92	\$0,00	\$45,10	\$1.526,10	\$18.313,18
TÉCNICO DE MANTENIMIENTO	1	\$370,50	\$30,50	\$30,88	\$30,86	\$0,00	\$45,02	\$507,76	\$6.093,08
TOTAL	15	\$2.224,11	\$183,00	\$185,34	\$185,27	\$0,00	\$270,23	\$7.613,52	\$91.362,23
SBU		\$366,00			8,33%		12,15%		

AÑO 2									
CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	14to SUELDO	13er SUELDO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES (24va parte del sueldo ganado en el año)	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA MENSUAL	TOTAL ANUAL
RECEPCIONISTA	4	\$400,14	\$33,00	\$33,34	\$33,33	\$16,67	\$48,62	\$2.260,41	\$27.124,87
CAMARERA/O	4	\$399,40	\$33,00	\$33,28	\$33,27	\$16,64	\$48,53	\$2.256,51	\$27.078,14
AMA DE LLAVES	1	\$402,70	\$33,00	\$33,56	\$33,54	\$16,78	\$48,93	\$568,51	\$6.822,10
OPERADORES LAVANDERÍA	2	\$400,14	\$33,00	\$33,34	\$33,33	\$16,67	\$48,62	\$1.130,20	\$13.562,43
PERSONAL DE SEGURIDAD	3	\$401,23	\$33,00	\$33,44	\$33,42	\$16,72	\$48,75	\$1.699,68	\$20.396,21
TÉCNICO DE MANTENIMIENTO	1	\$400,50	\$33,00	\$33,38	\$33,36	\$16,69	\$48,66	\$565,59	\$6.787,06
TOTAL	15	\$2.404,11	\$198,00	\$200,34	\$200,26	\$100,17	\$292,10	\$8.480,90	\$101.770,82
SBU		\$396,00			8,33%		12,15%		

AÑO 3									
CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	14to SUELDO	13er SUELDO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES (24va parte del sueldo ganado en el año)	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA MENSUAL	TOTAL ANUAL
RECEPCIONISTA	4	\$430,14	\$35,50	\$35,84	\$35,83	\$17,92	\$52,26	\$2.429,98	\$29.159,78
CAMARERA/O	4	\$429,40	\$35,50	\$35,78	\$35,77	\$17,89	\$52,17	\$2.426,09	\$29.113,05
AMA DE LLAVES	1	\$432,70	\$35,50	\$36,06	\$36,04	\$18,03	\$52,57	\$610,90	\$7.330,83
OPERADORES LAVANDERÍA	2	\$430,14	\$35,50	\$35,84	\$35,83	\$17,92	\$52,26	\$1.214,99	\$14.579,89
PERSONAL DE SEGURIDAD	3	\$431,23	\$35,50	\$35,94	\$35,92	\$17,97	\$52,39	\$1.826,87	\$21.922,40
TÉCNICO DE MANTENIMIENTO	1	\$430,50	\$35,50	\$35,88	\$35,86	\$17,94	\$52,31	\$607,98	\$7.295,79
TOTAL	15	\$2.584,11	\$213,00	\$215,34	\$215,26	\$107,67	\$313,97	\$9.116,81	\$109.401,74
SBU		\$426,00			8,33%		12,15%		

AÑO 4									
CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	14to SUELDO	13er SUELDO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES (24va parte del sueldo ganado en el año)	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA MENSUAL	TOTAL ANUAL
RECEPCIONISTA	4	\$470,14	\$38,00	\$39,18	\$39,16	\$19,59	\$57,12	\$2.652,75	\$31.832,99
CAMARERA/O	4	\$459,40	\$38,00	\$38,28	\$38,27	\$19,14	\$55,82	\$2.595,66	\$31.147,97
AMA DE LLAVES	1	\$462,70	\$38,00	\$38,56	\$38,54	\$19,28	\$56,22	\$653,30	\$7.839,56
OPERADORES LAVANDERÍA	2	\$460,14	\$38,00	\$38,34	\$38,33	\$19,17	\$55,91	\$1.299,78	\$15.597,35
PERSONAL DE SEGURIDAD	3	\$461,23	\$38,00	\$38,44	\$38,42	\$19,22	\$56,04	\$1.954,05	\$23.448,58
TÉCNICO DE MANTENIMIENTO	1	\$460,50	\$38,00	\$38,38	\$38,36	\$19,19	\$55,95	\$650,38	\$7.804,51
TOTAL	15	\$2.774,11	\$228,00	\$231,18	\$231,08	\$115,59	\$337,05	\$9.805,91	\$117.670,96
SBU		\$456,00			8,33%		12,15%		

AÑO 5									
CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	14to SUELDO	13er SUELDO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES (24va parte del sueldo ganado en el año)	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA MENSUAL	TOTAL ANUAL
RECEPCIONISTA	4	\$500,14	\$40,50	\$41,68	\$41,66	\$20,84	\$60,77	\$2.822,33	\$33.867,91
CAMARERA/O	4	\$489,40	\$40,50	\$40,78	\$40,77	\$20,39	\$59,46	\$2.765,24	\$33.182,88
AMA DE LLAVES	1	\$492,70	\$40,50	\$41,06	\$41,04	\$20,53	\$59,86	\$695,69	\$8.348,28
OPERADORES LAVANDERÍA	2	\$490,14	\$40,50	\$40,84	\$40,83	\$20,42	\$59,55	\$1.384,57	\$16.614,80
PERSONAL DE SEGURIDAD	3	\$491,23	\$40,50	\$40,94	\$40,92	\$20,47	\$59,68	\$2.081,23	\$24.974,77
TÉCNICO DE MANTENIMIENTO	1	\$490,50	\$40,50	\$40,88	\$40,86	\$20,44	\$59,60	\$692,77	\$8.313,24
TOTAL	15	\$2.954,11	\$243,00	\$246,18	\$246,08	\$123,09	\$358,92	\$10.441,82	\$125.301,88
SBU		\$486,00			8,33%		12,15%		

Elaborado por: Malena Moreno

3.3.2 Sueldos personal Administrativo

Tabla N.30 Proyección sueldos Personal Administrativo

SUELDOS ADMINISTRACION									
AÑO 1									
CARGO	CANT	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	14to SUELDO	13er SUELDO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA MENSUAL	TOTAL ANUAL
GERENTE	1	\$1.400,00			\$116,62	\$0,00	\$170,10	\$1.686,72	\$20.240,64
SECRETARIA DE GERENCIA	1	\$650,00	\$29,50	\$54,17	\$54,15	\$0,00	\$78,98	\$866,79	\$10.401,44
RELACIONISTA PÚBLICO	1	\$500,00	\$29,50	\$41,67	\$41,65	\$0,00	\$60,75	\$673,57	\$8.082,80
JEFE DE RRHH	1	\$700,00	\$29,50	\$58,33	\$58,31	\$0,00	\$85,05	\$931,19	\$11.174,32
CONTADOR GENERAL	1	\$500,00	\$29,50	\$41,67	\$41,65	\$1,00	\$60,75	\$674,57	\$8.094,80
TOTAL	5	\$3.750,00	\$118,00	\$195,83	\$312,38	\$1,00	\$455,63	\$4.832,83	\$57.994,00
SBU	\$354,00				8,33%		12,15%		

SUELDOS ADMINISTRACION									
AÑO 2									
CARGO	CANT	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	14to SUELDO	13er SUELDO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA MENSUAL	TOTAL ANUAL
GERENTE	1	\$1.500,00			\$124,95	\$62,50	\$182,25	\$1.869,70	\$22.436,40
SECRETARIA DE GERENCIA	1	\$680,00	\$32,00	\$56,67	\$56,64	\$28,33	\$82,62	\$936,26	\$11.235,17
RELACIONISTA PÚBLICO	1	\$530,00	\$32,00	\$44,17	\$44,15	\$22,08	\$64,40	\$736,79	\$8.841,53
JEFE DE RRHH	1	\$730,00	\$32,00	\$60,83	\$60,81	\$30,42	\$88,70	\$1.002,75	\$12.033,05
CONTADOR GENERAL	1	\$530,00	\$32,00	\$44,17	\$44,15	\$22,08	\$64,40	\$736,79	\$8.841,53
TOTAL	5	\$3.970,00	\$128,00	\$205,83	\$330,70	\$165,42	\$482,36	\$5.282,31	\$63.387,67
SBU	\$384,00				8,33%		12,15%		

SUELDOS ADMINISTRACION									
AÑO 3									
CARGO	CANT	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	14to SUELDO	13er SUELDO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA MENSUAL	TOTAL ANUAL
GERENTE	1	\$1.600,00			\$133,28	\$66,67	\$194,40	\$1.994,35	\$23.932,16
SECRETARIA DE GERENCIA	1	\$710,00	\$34,50	\$59,17	\$59,14	\$29,58	\$86,27	\$978,66	\$11.743,90
RELACIONISTA PÚBLICO	1	\$560,00	\$34,50	\$46,67	\$46,65	\$23,33	\$68,04	\$779,19	\$9.350,26
JEFE DE RRHH	1	\$760,00	\$34,50	\$63,33	\$63,31	\$31,67	\$92,34	\$1.045,15	\$12.541,78
CONTADOR GENERAL	1	\$560,00	\$34,50	\$46,67	\$46,65	\$23,33	\$68,04	\$779,19	\$9.350,26
TOTAL	5	\$4.190,00	\$138,00	\$215,83	\$349,03	\$174,58	\$509,09	\$5.576,53	\$66.918,34
SBU	\$414,00				8,33%		12,15%		

SUELDOS ADMINISTRACION									
AÑO 4									
CARGO	CANT	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	14to SUELDO	13er SUELDO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA MENSUAL	TOTAL ANUAL
GERENTE	1	\$1.700,00			\$141,61	\$70,83	\$206,55	\$2.118,99	\$25.427,92
SECRETARIA DE GERENCIA	1	\$740,00	\$37,00	\$61,67	\$61,64	\$30,83	\$89,91	\$1.021,05	\$12.252,62
RELACIONISTA PÚBLICO	1	\$590,00	\$37,00	\$49,17	\$49,15	\$24,58	\$71,69	\$821,58	\$9.858,98
JEFE DE RRHH	1	\$790,00	\$37,00	\$65,83	\$65,81	\$32,92	\$95,99	\$1.087,54	\$13.050,50
CONTADOR GENERAL	1	\$590,00	\$37,00	\$49,17	\$49,15	\$24,58	\$71,69	\$821,58	\$9.858,98
TOTAL	5	\$4.410,00	\$148,00	\$225,83	\$367,35	\$183,75	\$535,82	\$5.870,75	\$70.449,02
SBU	\$444,00				8,33%		12,15%		

SUELDOS ADMINISTRACION									
AÑO 5									
CARGO	CANT	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	14to SUELDO	13er SUELDO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA MENSUAL	TOTAL ANUAL
GERENTE	1	\$1.800,00			\$149,94	\$75,00	\$218,70	\$2.243,64	\$26.923,68
SECRETARIA DE GERENCIA	1	\$770,00	\$39,50	\$64,17	\$64,14	\$32,08	\$93,56	\$1.063,45	\$12.761,35
RELACIONISTA PÚBLICO	1	\$620,00	\$39,50	\$51,67	\$51,65	\$25,83	\$75,33	\$863,98	\$10.367,71
JEFE DE RRHH	1	\$820,00	\$39,50	\$68,33	\$68,31	\$34,17	\$99,63	\$1.129,94	\$13.559,23
CONTADOR GENERAL	1	\$620,00	\$39,50	\$51,67	\$51,65	\$25,83	\$75,33	\$863,98	\$10.367,71
TOTAL	5	\$4.630,00	\$158,00	\$235,83	\$385,68	\$192,92	\$562,55	\$6.164,97	\$73.979,69
SBU	\$474,00				8,33%		12,15%		

3.3.3 Cálculo de las Inversiones

Tabla N.31 Cálculo Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES			
CONCEPTO	UNIDADES	VALOR UNIT.	TOTAL
CAMA KING (2 1/2)	6	\$ 200,00	\$ 1.200,00
CAMA QUEEN	12	\$ 160,00	\$ 1.920,00
COLCHÓN	18	\$ 287,00	\$ 5.166,00
VELADOR	36	\$ 55,00	\$ 1.980,00
CÓMODAS	18	\$ 155,00	\$ 2.790,00
MESA COMEDOR	12	\$ 80,00	\$ 960,00
JUEGO DE SALA	12	\$ 500,00	\$ 6.000,00
PLANCHADOR	12	\$ 30,00	\$ 360,00
ALFOMBRA	18	\$ 90,00	\$ 1.620,00
ALMOHADA	36	\$ 6,30	\$ 226,80
COLCHÓN	18	\$ 85,00	\$ 1.530,00
CAJA FUERTE	18	\$ 65,00	\$ 1.170,00
CORTINAS	36	\$ 36,00	\$ 1.296,00
ESPEJO	18	\$ 30,00	\$ 540,00
LAMPARAS	36	\$ 50,00	\$ 1.800,00
COCHE DE LIMPIEZA	2	\$ 150,00	\$ 300,00
TOTAL			\$ 28.858,80

Elaborado por: Malena Moreno

Tabla N.32 Cálculo Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO			
CONCEPTO	UNIDADES	VALOR UNIT.	TOTAL
TELEVISIONES	18	\$ 400,00	\$ 7.200,00
REFRIGERADORA PEQUEÑA	12	\$ 195,00	\$ 2.340,00
PLANCHA	12	\$ 32,00	\$ 384,00
MICROONDAS	12	\$ 100,00	\$ 1.200,00
CAFETERA	12	\$ 60,00	\$ 720,00
TELEFONO	12	\$ 80,00	\$ 960,00
COCINA PEQUEÑA	12	\$ 200,00	\$ 2.400,00
SECADORA DE CABELLO	12	\$ 70,00	\$ 840,00
TOTAL			\$ 16.044,00

Elaborado por: Malena Moreno

Tabla N.33 Cálculo de Equipos de Oficina

EQUIPO DE OFICINA			
CONCEPTO	UNIDADES	VALOR UNITARIO	TOTAL
ESCRITORIOS	30	\$ 95,00	\$ 2.850,00
SILLAS	30	\$ 47,00	\$ 1.410,00
LIBRERO	12	\$ 100,00	\$ 1.200,00
ARCHIVADORES	12	\$ 65,00	\$ 780,00
TOTAL			\$ 6.240,00

Elaborado por: Malena Moreno

Tabla N.34 Cálculo de Equipos de Computación

EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
CONCEPTO	UNIDADES	VALOR UNITARI	TOTAL
COMPUTADORA	15	\$ 400,00	\$ 6.000,00
Iqware (Sistema Informático)	1	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
COPIADORA	2	\$ 125,00	\$ 250,00
TOTAL			\$ 13.250,00

Elaborado por: Malena Moreno

Tabla N.35 Cálculo de Lencería

LENCERÍA			
CONCEPTO	UNIDADES	VALOR UNI	TOTAL
SÁBANAS KING (2 1/2 plz)	18	\$ 28,57	\$ 514,26
SÁBANAS QUEEN	36	\$ 24,79	\$ 892,44
DUVET	36	\$ 60,00	\$ 2.160,00
FUNDAS DE ALMOHADA	108	\$ 5,70	\$ 615,60
COBERTOR DE COLCHÓN (2 1/2 plz)	18	\$ 24,99	\$ 449,82
COBERTOR DE COLCHÓN (2 plz)	18	\$ 23,17	\$ 417,06
TOALLA DE MANOS	108	\$ 7,59	\$ 819,72
TOALLA DE TOCADOR	108	\$ 4,46	\$ 481,68
TOALLA DE BAÑO	108	\$ 9,82	\$ 1.060,56
BATA DE BAÑO	36	\$ 16,00	\$ 576,00
TOTAL			\$ 7.987,14

Elaborado por: Malena Moreno

Tabla N.36 Cálculo de Menaje de Cocina

MENAJE DE COCINA			
CONCEPTO	UNIDADES	VALOR UNI	TOTAL
OLLAS	36	\$ 35,00	\$ 1.260,00
SARTENES	18	\$ 9,90	\$ 178,20
CUCHARAS	48	\$ 1,00	\$ 48,00
TENEDORES	48	\$ 1,00	\$ 48,00
CUCHILLO DE MESA	48	\$ 1,00	\$ 48,00
CUCHARAS PEQUEÑAS	48	\$ 1,00	\$ 48,00
LICUADORA	18	\$ 80,00	\$ 1.440,00
VASOS	48	\$ 1,50	\$ 72,00
PLATOS	48	\$ 3,00	\$ 144,00
TAZAS	36	\$ 5,00	\$ 180,00
BOWLS	36	\$ 6,00	\$ 216,00
ESPÁTULAS	18	\$ 2,00	\$ 36,00
CUCHARETAS	18	\$ 4,00	\$ 72,00
CUCHARONES	18	\$ 1,95	\$ 35,10
TABLA DE PICAR	12	\$ 10,00	\$ 120,00
TOTAL			\$ 3.945,30

Elaborado por: Malena Moreno

Tabla N.37 Proyección y Depreciación de las Inversiones

INVERSIONES	TOTALES	VIDA ÚTIL	(%) DEPRECIACIÓN	PROYECCIONES				
		AÑOS	ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	\$ 28.858,80	10	10%	\$ 2.885,88	\$ 2.885,88	\$ 2.885,88	\$ 2.885,88	\$ 2.885,88
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 16.044,00	10	10%	\$ 1.604,40	\$ 1.604,40	\$ 1.604,40	\$ 1.604,40	\$ 1.604,40
EQUIPO DE OFICINA	\$ 6.240,00	10	10%	\$ 624,00	\$ 624,00	\$ 624,00	\$ 624,00	\$ 624,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 13.250,00	5	20,00%	\$ 2.650,00	\$ 3.250,00	\$ 3.250,00	\$ 3.250,00	\$ 3.250,00
LENCERÍA	\$ 7.987,14	3	33,33%	\$ 2.662,11	\$ 2.662,11	\$ 2.662,11		
MENAJE DE COCINA	\$ 3.945,30	2	50%	\$ 1.972,65	\$ 1.972,65			
EDIFICIOS (1660 M2)	\$ 332.000,00	20	5%	\$ 16.600,00	\$ 16.600,00	\$ 16.600,00	\$ 16.600,00	\$ 16.600,00
TERRENO (740 m2)	\$ 290.766,21			\$ 28.999,04	\$ 29.599,04	\$ 27.626,39	\$ 24.964,28	\$ 24.964,28

TERRENO EN M2		
5090	\$ 2.000.000	TOTAL DEL TERRENO
740	\$ 290.766,21	PARTE ADQUIRIDA DEL TERRENO

EDIFICIOS	
1660 M2 A \$200 CONSTRUCCIÓN	\$ 332.000,00

Elaborado por: Malena Moreno

Tabla N.38. Mantenimiento de Activos Fijos

GASTOS DE MANTENIMIENTO DE ACTIVO FIJO			
CONCEPTO	VALOR ACTIVO FIJO	%	VALOR ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	\$28.858,80	2%	\$577,18
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$16.044,00	2%	\$320,88
EQUIPO DE OFICINA	\$6.240,00	2%	\$124,80
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$13.250,00	2%	\$265,00
LENCERÍA	\$7.987,14	2%	\$159,74
MENAJE DE COCINA	\$3.945,30	2%	\$78,91
EDIFICIOS (1660 M2)	\$332.000,00	2%	\$6.640,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$224.242,42	14%	\$8.166,50

Elaborado por: Malena Moreno

Tabla N.39. Otros Gastos Indirectos

OTROS GASTOS INDIRECTOS				
CONCEPTO	MEDIDA	UNIDADES	CANTIDAD UNI.	VALOR TOTAL
pintura	galon	10	\$25,00	\$250,00
sistema de calentamiento de agua	unidad	1	\$5.000,00	\$5.000,00
Extintores	unidad	8	\$26,42	\$211,36
TOTAL OTROS GASTOS			\$5.051,42	\$5.461,36

Elaborado por: Malena Moreno

Tabla N.40. Proyección Otros Gastos Indirectos

PROYECCIONES OTROS GASTOS INDIRECTOS			
AÑO	GTOS DE MANT.	OTROS GASTOS	TOTAL
1	\$8.166,50	\$5.051,42	\$13.217,92
2	\$8.295,54	\$5.131,23	\$13.426,77
3	\$8.426,61	\$5.212,31	\$13.638,91
4	\$8.559,75	\$5.294,66	\$13.854,41
5	\$8.694,99	\$5.378,32	\$14.073,31

INFLACIÓN	1,58%
------------------	-------

Elaborado por: Malena Moreno

3.3.4 Activos Diferidos

Tabla N.41. Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
UNIFORMES	40	\$ 50,00	\$ 2.000,00
HONORARIOS ABOGADO	1	\$ 400,00	\$ 400,00
RUBROS SUPER DE COMPAÑIAS	1	\$ 160,00	\$ 160,00
INSCRIP. REGISTRO MERCANTIL	1	\$ 140,00	\$ 140,00
PERMISO MIN. TUR	1	\$ 100,00	\$ 100,00
PATENTE MUNICIPAL	1	\$ 120,00	\$ 120,00
PERMISOS SANITARIOS	1	\$ 80,00	\$ 80,00
NOTARIA DE ESCRITURA PÚBLICA	1	\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL			\$ 3.200,00

pagos diferidos a 5 años	\$ 640	\$ 640	\$ 640	\$ 640	\$ 640
--------------------------	--------	--------	--------	--------	--------

Elaborado por: Malena Moreno

3.3.5 Materia Prima

Tabla N.42. Insumos y Suministros de Limpieza

INSUMOS Y SUMINISTROS DE LIMPIEZA- MATERIA PRIMA				
CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNI	TOTAL
Alcohol	2	GAL.	\$ 3,00	\$ 6,00
Ambiental	4	GAL.	\$ 4,00	\$ 16,00
Cloro	3	GAL.	\$ 3,00	\$ 9,00
Desinfectante	3	GAL.	\$ 4,50	\$ 13,50
Fundas de Basura	12	PAQ.	\$ 1,00	\$ 12,00
Gel Antibacterial	30	GAL.	\$ 4,00	\$ 120,00
Guantes	100	PAQ.	\$ 0,05	\$ 5,00
jabón de platos	50	GAL.	\$ 3,00	\$ 150,00
Jabón líquido	50	GAL.	\$ 2,00	\$ 100,00
Shampoo	50	GAL.	\$ 2,00	\$ 100,00
TOTAL INSUMOS:				\$ 531,50
Dispensador de Gel antibacterial	15	UNIDAD	\$ 5,00	\$ 75,00
Dispensador papel higiénico	60	UNIDAD	\$ 5,00	\$ 300,00
escobas	5	UNIDAD	\$ 5,00	\$ 25,00
palas de basura	5	UNIDAD	\$ 4,00	\$ 20,00
papel higiénico	100	UNIDAD	\$ 0,80	\$ 80,00
Tachos de basura	60	UNIDAD	\$ 5,00	\$ 300,00
trapeadores	5	UNIDAD	\$ 5,00	\$ 25,00
TOTAL SUMINISTROS				\$ 825,00
TOTAL SUMINISTROS E INSUMOS				\$ 1.356,50

Elaborado por: Malena Moreno

3.3.6 Ingresos por Alojamiento

Tabla N.43 Estimación Capacidad Máxima

TOTAL HABITACIONES				
TIPO HAB	PONDERADO	N°. HAB	CAPACIDAD MÁXIMA	TOTAL
SIMPLES	33%	6	2	12
DOBLES	67%	12	4	48
TOTAL	100%	18		60

Elaborado por: Malena Moreno

Tabla N.44 Cálculo de la Demanda Promedio en Habitaciones

DEMANDA PROMEDIO EN HABITACIONES			
AÑO	DEMANDA PROMEDIO	DEMANDA ANUAL PROMEDIO	OCUPACION
1	11	3888	60%
2	11	4065	63%
3	12	4251	66%
4	12	4445	69%
5	13	4647	72%
CRECIMIENTO		4,56%	VOLUMEN

Elaborado por: Malena Moreno

Tabla N. 45 Proyección de Ventas en Hab. Simple y Doble

HABITACIONES SIMPLES			
AÑO	DEMANDA	PRECIO UNITARIO	VALOR PROYECTADO
1	1296	\$ 90,00	\$ 116.640,00
2	1355	\$ 90,00	\$ 121.958,78
3	1417	\$ 90,00	\$ 127.520,10
4	1482	\$ 90,00	\$ 133.335,02
5	1549	\$ 90,00	\$ 139.415,10
PONDERACIÓN		33%	

HABITACIONES DOBLES			
AÑO	DEMANDA	PRECIO UNITARIO	VALOR PROYECTADO
1	2592	\$ 105,00	\$ 272.160,00
2	2710	\$ 105,00	\$ 284.570,50
3	2834	\$ 105,00	\$ 297.546,91
4	2963	\$ 105,00	\$ 311.115,05
5	3098	\$ 105,00	\$ 325.301,90
PONDERACIÓN		67%	

Elaborado por: Malena Moreno

Tabla N.46 Proyección de Ventas Totales

AÑO	HAB. SIMPLES	HAB. DOBLES	PROYECTADO ALOJAMIENTO
1	\$ 116.640,00	\$ 272.160,00	\$ 388.800,00
2	\$ 121.958,78	\$ 284.570,50	\$ 406.529,28
3	\$ 127.520,10	\$ 297.546,91	\$ 425.067,02
4	\$ 133.335,02	\$ 311.115,05	\$ 444.450,07
5	\$ 139.415,10	\$ 325.301,90	\$ 464.716,99

Elaborado por: Malena Moreno

Tabla N.47 Calculo de tarifas mediante costos

CÁLCULO DE TARIFAS			
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 699.091,45		
AMORTIZACION ACT.FIJO A 3 AÑOS	\$ 233.030,48	\$ 233.030,48	\$ 233.030,48
SUELDO MOD HABITACIONES AL AÑO	\$ 30.431,45		
MATERIA PRIMA	\$ 1.356,50		
SERVICIOS BÁSICOS AÑO 1	\$ 2.529,00		
COSTO ANUAL TOTAL	\$ 267.347,43		
COSTO DIARIO	\$ 732,46		
COSTO POR HABITACIÓN	\$ 40,69		
RELACIÓN COSTO- TARIFA RACK SGL	45%	GANANCIA:	55%
RELACIÓN COSTO- TARIFA RACK DBL	39%	GANANCIA:	61%

DESCUENTOS IDEALES	
TARIFA SGL	\$ 90,00
5% PARA GRUPOS Y LARGAS ESTADÍAS	\$ 85,50
10% EMPRESAS CON CONVENIO Y AGENCIAS DE VIAJE	\$ 81,00

TARIFA EN DBL	\$ 105,00
5% PARA GRUPOS Y LARGAS ESTADÍAS	\$ 99,75
10% EMPRESAS CON CONVENIO Y AGENCIAS DE VIAJE	\$ 94,50

Elaborado por: Malena Moreno

3.3.7 Cálculo de la Inversión Total

Tabla N.47 Inversión Total

INVERSION TOTAL	FUENTE		MONTO
	PROPIO	PRÈSTAMO	
inversion fija	\$351.826,82	\$351.826,82	\$703.653,65
capital de trabajo	\$4.741,40	\$4.741,40	\$9.482,79
TOTAL	\$356.568,22	\$356.568,22	\$713.136,44
PORCENTAJE (%)	50%	50%	100%

Elaborado por: Malena Moreno

3.3.7.1 Cálculo del Préstamo- Banco de Guayaquil

Clasificación Segmento Productivo

Clasificación Segmento Microcrédito

Tipo de Crédito (?): ACTIVIDAD COMERCIAL	Tipo de Tabla: FRANCES
Segmento (?): PROD. EMPRESARIAL	
Capital a Financiar * (?): 356568.22	Seguro Bien (?): \$0.00
Precio del Bien (?):	Seguro Vida (?): \$0.00
Plazo de Años (?): 5	Seg. Desgrav. (?): \$0.00
Periodicidad (?): ANUAL	Seg. Cesantía (?): \$0.00
Tasa Efectiva (?): 10.21%	Seg. Micro (?): \$0.00
Tasa Nominal (?): 10.21%	Solca (?): \$1,782.84
Monto Financiado (?): \$356,568.22	Gto Notarial ** (?): \$35.67
Monto Líquido (?): \$354,785.38	Gto Legal ** (?): \$0.00
Dividendo (?): \$94,566.95	Gto Avalúo ** (?): \$0.00
Valor Total (?): \$472,870.43	
Relación (?): 1.33	
Tasa Anual Costo Crédito (?): 10.21%	

Calcular
Ver Tabla

(*) Los Montos solicitados para el crédito dependen del tipo de crédito y segmento del cliente.

(**) Los Gastos Notariales, Legales, y Avalúos se consideran con pago de contado.

(***) Los resultados del simulador son de carácter informativo y no constituye una pre-aprobación de crédito.

3.3.7.2 Amortización del Préstamo

COTIZADOR DE PRODUCTOS DE CRÉDITO

Si tienes actividad comercial, y deseas conocer tu tipo de segmento, por favor consulta la clasificación de segmentos de crédito Productivo y Microcrédito

Clasificación Segmento Productivo

Clasificación Segmento Microcrédito

PERIODO	DÍAS	SALDO	CAPITAL	INTERES	CAP.SEGURO	INT.SEGURO	DIVIDENDO
0		356,568.22					-356,568.22
1	360	298,406.88	58,161.34	36,405.62	0.00	-	94,566.95
2	360	234,307.27	64,099.61	30,467.34	0.00	-	94,566.95
3	360	163,663.09	70,644.18	23,922.77	0.00	-	94,566.95
4	360	85,806.14	77,856.95	16,710.00	0.00	-	94,566.95
5	360	0.00	85,806.14	8,760.81	0.00	-	94,566.95
			356,568.22	116,266.54	-	-	472,834.76

Regresar

(*) Los Montos solicitados para el crédito dependen del tipo de crédito y segmento del cliente.

(**) Los Gastos Notariales, Legales, y Avalúos se consideran con pago de contado.

(***) Los resultados del simulador son de carácter informativo y no constituye una pre-aprobación de crédito.

3.3.8 Resumen de Costos y Gastos

Tabla N.48 Resumen de Costos y Gastos

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS					
CONCEPTO	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
A. MATERIA PRIMA	\$ 1.356,50	\$ 1.356,50	\$ 1.356,50	\$ 1.356,50	\$ 1.356,50
suministros e insumos	\$ 1.356,50	\$ 1.356,50	\$ 1.356,50	\$ 1.356,50	\$ 1.356,50
B. MANO DE OBRA	\$ 91.362,23	\$ 101.770,82	\$ 109.401,74	\$ 117.670,96	\$ 125.301,88
sueldos y beneficio	\$ 91.362,23	\$ 101.770,82	\$ 109.401,74	\$ 117.670,96	\$ 125.301,88
C. COSTOS INDIRECTOS	\$ 42.216,97	\$ 43.025,81	\$ 41.265,30	\$ 38.818,69	\$ 39.037,59
mantenimiento de activos	\$ 8.166,50	\$ 8.295,54	\$ 8.426,61	\$ 8.559,75	\$ 8.694,99
otros gastos indirectos	\$ 5.051,42	\$ 5.131,23	\$ 5.212,31	\$ 5.294,66	\$ 5.378,32
depreciaciones	\$ 28.999,04	\$ 29.599,04	\$ 27.626,39	\$ 24.964,28	\$ 24.964,28
D. GASTOS ADMINISTRACIÓN	\$ 61.163,00	\$ 66.596,63	\$ 70.167,89	\$ 73.739,79	\$ 77.312,35
sueldos y beneficio	\$ 57.994,00	\$ 63.387,67	\$ 66.918,34	\$ 70.449,02	\$ 73.979,69
servicios básicos	\$ 2.529,00	\$ 2.568,96	\$ 2.609,55	\$ 2.650,78	\$ 2.692,66
Amortización (ACT. DIFERIDOS)	\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 640,00
E. GASTOS FINANCIEROS	\$ 36.405,62	\$ 30.467,34	\$ 23.922,77	\$ 16.710,00	\$ 8.760,81
intereses pagados	\$ 36.405,62	\$ 30.467,34	\$ 23.922,77	\$ 16.710,00	\$ 8.760,81
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 232.504,31	\$ 243.217,10	\$ 246.114,20	\$ 248.295,94	\$ 251.769,12

Elaborado por: Malena Moreno

3.3.9 Cálculo del Capital de trabajo

Tabla N.49 Proyección de Políticas Financieras

	TIEMPO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
caja mínima (venta)	días	5	5	5
CXC promedio	días	30	30	30
inventarios (promedio)	días	15	15	15
proveedores (promedio)	días	40	40	40

Elaborado por: Malena Moreno

Tabla N.50 Proyección de Costos y Ventas

PROYECCION DE VENTAS Y COSTOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ventas proyectadas (miles)	\$388.800,00	\$406.529,28	\$425.067,02	444.450,07	464.716,99
costo de ventas (% ventas)	27%	29%	29%	30%	30%
gastos administracion y ventas (%)	16%	16%	17%	17%	17%
depreciacion anual (\$)	\$ 28.999,04	\$ 29.599,04	\$ 27.626,39	\$24.964,28	\$24.964,28
costo de ventas	\$105.936,65	\$116.554,08	\$124.397,15	\$132.881,87	\$140.731,68
gastos de administracion y ventas	\$61.163,00	\$66.596,63	\$70.167,89	\$73.739,79	\$77.312,35
TOTAL	\$167.099,65	\$183.150,71	\$194.565,04	\$206.621,66	\$218.044,03

Elaborado por: Malena Moreno

METODO DEL CICLO DE CONVERSION EN EFECTIVO

ciclo de conversiones en efectivo = costo de produccion + CxC - plazo promedio proveedores

costo de produccion = rotacion de inventarios

cuentas x cobrar = rotacion de cuentas x cobrar

plazo promedio proveedores = rotacion de cuentas x pagar

	5	15	30	40
ciclo de conversion en efectivo		días	días	días

costos y gastos anuales	\$167.099,65	\$183.150,71	\$194.565,04	\$206.621,66	\$218.044,03
gasto operacionales diarios (B)	\$464,17	\$508,75	\$540,46	\$573,95	\$605,68

	días	días	días	días	días
costo de produccion	15	15	15	15	15
CXC promedio	30	30	30	30	30
pago proveedores (promedio)	40	40	40	40	40
ciclo de conversion en efectivo (A)	5	5	5	5	5

AxB	\$2.320,83	\$2.543,76	\$2.702,29	\$2.869,75	\$3.028,39
caja mínima	\$5.400,00	\$5.646,24	\$5.903,71	\$6.172,92	\$6.454,40
CAPITAL TRABAJO NETO	\$7.720,83	\$8.190,00	\$8.606,00	\$9.042,66	\$9.482,79

el proyecto necesitará una inversión total de **\$9.482,79** en los 3 años de capital de trabajo neto en 3 partes iguales de la siguiente manera

	AÑO 0	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CTN incremental		\$469,17	\$416,00	\$436,66	\$440,13
Stock de CTN	\$7.720,83	\$8.190,00	\$8.606,00	\$9.042,66	\$9.482,79

Elaborado por: Malena Moreno

ANEXOS CAJA MINIMA		
caja año 1=	ventas año 1	x ? Dias
	360	
	\$388.800,00	x 5
	360	
MINIMO EN CAJ	\$5.400,00	1
	\$5.646,24	2
	\$5.903,71	3
	\$6.172,92	4
	\$6.454,40	5

Elaborado por: Malena Moreno

3.3.10 Balance General

Tabla N.51 Balance General

BALANCE GENERAL			
ACTIVOS	MONTOS	PASIVOS	MONTOS
activo corriente	\$9.482,79	pasivo corriente	
CAPITAL DE TRABAJO	\$9.482,79		
Activo Fijo	\$699.091,45	pasivo l/p	\$356.568
TERRENOS	\$290.766,21	PRESTAMO	\$356.568
HABITACIONES	\$332.000,00		
MUEBLES Y ENSERES	\$28.858,80		
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$16.044,00		
EQUIPO DE OFICINA	\$6.240,00	PATRIMONIO	\$356.568
EQUIPO DE COMPUTACIO	\$13.250,00		
LENCERIA	\$7.987,14		
MENAJE DE COCINA	\$3.945,30		
Activo diferido	\$4.562,20		
TOTAL ACTIVOS	\$713.136	TOTAL PASIVO+PA	\$713.136

Elaborado por: Malena Moreno

3.3.11 Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla N.52 Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$388,800.00	\$406,529.28	\$425,067.02	\$444,450.07	\$464,716.99
hospedaje	\$388,800.00	\$406,529.28	\$425,067.02	\$444,450.07	\$464,716.99
(-) TOTAL COSTOS VARIABLES	\$100,885.23	\$111,422.85	\$119,184.84	\$127,587.20	\$135,353.37
materia prima	\$1,356.50	\$1,356.50	\$1,356.50	\$1,356.50	\$1,356.50
mano de obra directa	\$91,362.23	\$101,770.82	\$109,401.74	\$117,670.96	\$125,301.88
C.I.F	\$8,166.50	\$8,295.54	\$8,426.61	\$8,559.75	\$8,694.99
UTILIDAD BRUTA	\$287,914.77	\$295,106.43	\$305,882.17	\$316,862.87	\$329,363.63
(-) COSTOS/GASTOS FIJOS	\$139,785.59	\$140,089.78	\$135,355.97	\$129,268.48	\$125,110.74
gastos de administracion	\$60,523.00	\$65,956.63	\$69,527.89	\$73,099.79	\$76,672.35
gastos de depreciaciones	\$28,999.04	\$29,599.04	\$27,626.39	\$24,964.28	\$24,964.28
gastos amortizaciones	\$640.00	\$640.00	\$640.00	\$640.00	\$640.00
otros gastos indirectos	\$13,217.92	\$13,426.77	\$13,638.91	\$13,854.41	\$14,073.31
gastos intereses financieros	\$36,405.62	\$30,467.34	\$23,922.77	\$16,710.00	\$8,760.81
UTILIDAD ANTES DE TRABAJADORES E IMP.	\$148,129.18	\$155,016.65	\$170,526.21	\$187,594.39	\$204,252.88
(-) 15% reparto a trabajadores	\$22,219.38	\$23,252.50	\$25,578.93	\$28,139.16	\$30,637.93
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$125,909.80	\$131,764.15	\$144,947.28	\$159,455.23	\$173,614.95
(-22%) impuesto renta	\$27,700.16	\$28,988.11	\$31,888.40	\$35,080.15	\$38,195.29
UTILIDAD NETA	\$98,209.65	\$102,776.04	\$113,058.88	\$124,375.08	\$135,419.66
Utilidad en porcentaje	25%	25%	27%	28%	29%

Elaborado por: Malena Moreno

3.3.12 Flujo de Caja

Tabla N.53 Flujo de Caja del Inversionista proyectado

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA PROYECTADO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DESCRIPCION						
Inversion total	\$713,136.44					
ENTRADAS DE EFECTIVO		\$127,848.69	\$133,015.08	\$141,325.27	\$149,979.36	\$161,023.94
utilidad neta		\$98,209.65	\$102,776.04	\$113,058.88	\$124,375.08	\$135,419.66
(+) Gastos depreciacion		\$28,999.04	\$29,599.04	\$27,626.39	\$24,964.28	\$24,964.28
(+) Gastos amortizacion		\$640.00	\$640.00	\$640.00	\$640.00	\$640.00
(+) capital prestado	\$356,568.22					
SALIDAS DE EFECTIVO		\$58,161.34	\$64,099.61	\$70,644.18	\$77,856.95	\$85,806.14
(-) Pago préstamo		-\$58,161.34	-\$64,099.61	-\$70,644.18	-\$77,856.95	-\$85,806.14
INVERSIONES						
(-) TERRENOS	-\$145,383.10					
(-)EDIFICIOS	-\$166,000.00					\$249,000.00
(-)MUEBLES Y ENSERES	-\$14,429.40					\$14,429.40
(-)MAQUINARIA Y EQUIPO	-\$8,022.00					\$8,022.00
(-)EQUIPO DE OFICINA	-\$3,120.00					\$3,120.00
(-)EQUIPO DE COMPUTACION	-\$6,625.00					
(-)LENCERIA	-\$3,993.57					
(-)MENAJE DE COCINA	-\$1,972.65					
(-) ACTIVO DIFERIDO	-\$2,281.10					
(-) capital de trabajo	-\$4,741.40					
(+) recuperacion Capital de trabajo						\$4,741.40
(+) Valor en Libros						\$274,571.40
FLUJO DE CAJA INICIAL	\$713,136.44	\$9,482.79				
FLUJO DE CAJA FINAL	-\$356,568.22	\$79,170.14	\$68,915.47	\$70,681.09	\$72,122.41	\$354,530.60

Elaborado por: Malena More

3.3.13 Cálculo de las Herramientas Financieras

TASA DE DESCUENTO		16.31%
inflación	1.58%	
tasa pasiva	5.91%	
riesgo país	8.82%	

(VAN)	\$ 13,332.78
BENEFICIO	0.168
(TIR)	18%

Período de Recuperación del Capital	
FLUJO	FLUJO ACUMULADO
\$79,170.14	\$79,170.14
\$68,915.47	\$148,085.61
\$70,681.09	\$218,766.70
\$72,122.41	\$290,889.11
\$354,530.60	

Inversión Inicial	\$356,568.22
último flujo	\$354,530.60
Por recuperar	\$65,679.11
PR: años	0.19
	PR= 4 + 0,19 = 4,19

RELACIÓN COSTO- BENEFICIO			
	INVERSIÓN	INGRESOS	COSTOS
1	\$356,568.22	\$ 388,800.00	\$ 232,504.31
2		\$ 406,529.28	\$ 243,217.10
3		\$ 425,067.02	\$ 246,114.20
4		\$ 444,450.07	\$ 248,295.94
5		\$ 464,716.99	\$ 251,769.12

VNA=	\$ 1,366,123.25	\$ 790,062.89
------	-----------------	---------------

C/B=	1.73
-------------	-------------

3.3.14 Cálculo del Punto de Equilibrio

Tabla N. 54 Punto de Equilibrio

CONCEPTO	AÑO 1	PORCIÓN FIJA	PORCIÓN VARIABLE
A. MATERIA PRIMA	\$ 1.356,50		\$ 1.356,50
suministros e insumos	\$ 1.356,50		\$ 1.356,50
B. MANO DE OBRA	\$ 91.362,23	\$ 91.362,23	
sueldos y beneficio	\$ 91.362,23	\$ 91.362,23	
C. COSTOS INDIRECTOS	\$ 42.216,97	\$ 34.050,46	\$ 8.166,50
mantenimiento de activos	\$ 8.166,50		\$ 8.166,50
otros gastos indirectos	\$ 5.051,42	\$ 5.051,42	
depreciaciones	\$ 28.999,04	\$ 28.999,04	
D. GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 61.163,00	\$ 61.163,00	
sueldos y beneficio	\$ 57.994,00	\$ 57.994,00	
servicios básicos	\$ 2.529,00	\$ 2.529,00	
Amortizacion	\$ 640,00	\$ 640,00	
F. GASTOS FINANCIEROS	\$ 36.405,62	\$ 36.405,62	
intereses pagados	\$ 36.405,62	\$ 36.405,62	
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 232.504,31	\$ 222.981,31	\$ 100.885,23

costos fijos
1- (Cv / Ventas)

\$ 222.981,31	costos fijos
1	
\$ 100.885,23	costos variables
\$ 388.800,00	ventas
G. PUNTO DE EQUILIBRIO VALORES	301.113,88

Punto de Equilibrio en Habitaciones:

$$\text{Total Costos y Gastos Año1} \quad \frac{\$ 232.504,31}{90} = \underline{\underline{2583 \text{ habitaciones}}}$$

$$18 * 365 = \underline{\underline{6570}} \text{ (P.O 100\%)}$$

$$\frac{6570}{2583} = \frac{100\%}{X}$$

$$X = \underline{\underline{39,33\%}}$$

Esto quiere decir que, tan solo con el 40% de Ocupación se lograría llegar al punto de equilibrio en el negocio (2583 habitaciones vendidas al año), se sabe que se espera tener una Ocupación promedio del 60% mensual, por lo que, fácilmente se lograría cubrir costos y gastos; además se logrará obtener una ganancia.

CONCLUSIONES

- A pesar de que existe una latente preferencia por la estadía en hoteles de cadena internacional por parte de los turistas extranjeros, hay la posibilidad de que opten por alojarse en un nuevo tipo de establecimiento, como lo es un Apart Hotel, debido a que existen grandes similitudes en los productos y servicios ofertados, con la diferencia de que en estos establecimientos que trabajan bajo la modalidad de Apartamentos, se brinda mayor comodidad y privacidad al huésped.
- Los Apart Hoteles no son muy conocidos en la ciudad de Quito, debido a que no existe una normativa que rijan a estos establecimientos y que, además, se nota la falta de publicidad de los productos y servicios que ofertan.
- Los turistas que son el objetivo de mercado para este negocio provienen de Estados Unidos y Colombia, de modo que, es necesario conocer sus necesidades y requerimientos ya sea mediante una encuesta física o una encuesta electrónica.
- Por el momento no es factible la implementación del área de alimentos y bebidas debido al monto alto de costos y gastos. Si en un futuro los huéspedes exigieran el servicio, se podría programar una reducción en costos variables y el incremento de ventas para que esto sea posible.
- Como se pudo determinar, la Tasa Interna de Retorno (TIR) dio como resultado un 18%, valor que supera la tasa de descuento; y el Valor Actual Neto arrojó un valor de \$13,332.78 significa que el proyecto es totalmente viable y rentable.
- El período de recuperación del proyecto es de un poco más de 4 años, lo que significa que se debe hacer ajustes en las inversiones para lograr la recuperación del proyecto en menos tiempo.

RECOMENDACIONES

- A pesar de que el proyecto es netamente rentable, siempre necesario diversificar el mercado potencial del negocio, es decir indagar mercados potenciales que puedan traer divisas al país. Una novedosa opción sería la de apuntar hacia países como Canadá en donde en ciertas ciudades como Churchill, Manitoba tienen inviernos de hasta 6 meses con temperaturas de -0 grados centígrados, por lo que sería una buena opción ofertar la estadía en la ciudad de Quito en donde relativamente se mantiene un clima templado durante todo el año, el cual sería beneficioso para personas de la tercera edad del país en mención.
- En el caso de que se logre una ampliación de mercado, se adecuarían las instalaciones y servicios para los nuevos huéspedes y así poder suplir sus necesidades básicas.
- Mantener al personal en constante capacitación e innovación en cuanto se refiere al servicio al cliente y a procedimientos dentro de su área de trabajo. Además es importante mantenerlos motivados tanto emocionalmente como económicamente para que ejecuten su trabajo de forma eficiente y eficaz.
- Aplicación de Revenue Management cuando el establecimiento ya se encuentre en funcionamiento, de modo que se logre la maximización de ingresos y la obtención de mayores beneficios. Es importante el cálculo de factores de rendimiento, tarifas promedio potenciales y la gestión de tarifas.
- Estar en constante actualización en tendencias hoteleras, además sobre la situación del turismo a nivel nacional y los factores políticos y económicos que podrían afectar o beneficiar al negocio.
- Estar en constante contacto con los huéspedes del Apart Hotel, para saber resolver sus inquietudes, aceptar sugerencias y para tener muy en claro cómo ir más allá de

sus necesidades, de modo que se sientan reconocidos y valorados en el establecimiento.

- Analizar la factibilidad de implementación de descuentos y de paquetes promocionales, dependiendo mucho del mercado, de la ocupación y de las ventas percibidas.
- Realizar convenios con agencias de viajes, ministerio de turismo (para el caso de las capacitaciones del personal), empresas de alimentos y bebidas (en el caso de que fuera necesaria la oferta de este servicio a los huéspedes durante su estadía).

Bibliografía

REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS . (17 de Diciembre de 2002). Quito, Ecuador.

Servicio Nacional de Turismo del Gobierno de Chile. (11 de diciembre de 2003). Recuperado el 16 de Febrero de 2016, de Reglamento, clasificacion y calificacion de establecimientos de alojamiento: <http://www.sernatur.cl/transparencia/archivos/marco-normativo/marco-norm-aplic/NORMATIVA-D-S-N-227-REGLAMENTO-CLASIFICACION-HOTEL-MOTEL-Y-APARTHOTEL.pdf>

La Flor de Qantu. (14 de Abril de 2008). Recuperado el 02 de Julio de 2016, de Compartiendo Culturas: <http://compartiendoculturas.blogspot.com/2008/04/la-flor-de-qantu.html>

Ministerio de Turismo. (9 de Enero de 2008). Recuperado el 20 de Febrero de 2016, de Reglamento General de Actividades Turísticas: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-Actividades-Turi%CC%81sticas.pdf>

Ser Estandar. (17 de Enero de 2011). Recuperado el 4 de Marzo de 2016, de Aprenda las diferencias entre apartahotel y hotel: <http://www.serestandar.es/aprenda-las-diferencias-entre-apartahotel-y-hotel/>

Quito Turismo. (2013). Recuperado el 7 de Diciembre de 2015, de Sistema Institucional de Indicadores Turísticos: <http://www.quito-turismo.gob.ec/phocadownload/EstadisticasUIO/Quitoencifras/quito-en-cifras-2013.pdf>

Ambito Financiero. (27 de junio de 2014). Recuperado el 16 de Enero de 2016, de Concepto innovador en hotelería con alta gama: <http://www.ambito.com/diario/noticia.asp?id=747056>

MINTUR. (17 de Septiembre de 2014). Recuperado el 20 de Abril de 2016, de Cambio de la matriz productiva en Ecuador: <http://www.turismo.gob.ec/el-turismo-sera-el-eje-del-cambio-de-la-matriz-productiva-en-ecuador/>

PP el Verdadero. (1 de agosto de 2014). Recuperado el 26 de Noviembre de 2015, de PP el Verdadero: <http://www.ppelverdadero.com.ec/pp-barrios/item/inaquito-un-barrio-que-ofrece-de-todo-a-quienes-lo-visitan.html>

Quito. (2014). Recuperado el 28 de Febrero de 2016, de <http://www.quito.com.ec/la-ciudad>

Quito Turismo. (2015). Recuperado el 26 de Noviembre de 2015, de Quito Turismo: <http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/noticias-de-interes/120-noticias-destacadas/655-turismo-en-quito-se-incremento-6-en-los-primeros-ocho-meses-de-2015>

Best Western Hotels & Resorts. (2016). Recuperado el 01 de Julio de 2016, de Best Western Parc Plaza: <http://book.bestwestern.com/bestwestern/EC/Quito-hotels/BEST-WESTERN-Parc-Plaza/Hotel-Overview.do?propertyCode=70203>

El Universo.com. (02 de Julio de 2016). Recuperado el 03 de Julio de 2016, de Ecuador se lleva ocho premios de los World Travel Awards de Sudamérica:

<http://www.eluniverso.com/noticias/2016/07/02/nota/5668113/ecuador-se-lleva-siete-premios-world-travel-awards-sudamerica>

HOTEL DANN CARLTON QUITO. (2016). Recuperado el 01 de julio de 2016, de <http://www.hoteldanncarltonquito.com/habitaciones/>

Hotel Finlandia. (2016). Recuperado el 01 de Julio de 2016, de <http://hotelfinlandiaquito.com/index-esp.html>

Hotel Howard Johnson . (2016). Recuperado el 01 de Julio de 2016, de Wyndham Hotel Group: http://es.wyndhamhotelgroup.com/hotels/ecuador/quito/howard-johnson-hotel-quito/hotel-overview?partner_id=&hotel_id=11160&campaign_code=&propId=HJ11160&checkout_date&brand_id=HJ&children=0&corporate_id=&ratePlan=&teens=0&affiliate_id=&iat a=&rate_code=&adu

Starwood Hotels & Resorts. (2016). Recuperado el 01 de Julio de 2016, de Sheraton Quito Hotel: <http://www.starwoodhotels.com/sheraton/property/features/index.html?propertyID=766>

Apartahotel Estudiantil Emmanuel S. de R. (s.f.). Recuperado el 5 de Marzo de 2016, de <https://apartahotelemmanuel.wordpress.com/organigrama/>

Báez, C. S. (2009). *Hotelería*. México, D.F: Grupo Editorial Patria, S.A.

Banco Mundial. (s.f.). Recuperado el 17 de Abril de 2016, de <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador>

Benassini, M. (Segunda Edición, 2009). *Introducción a la Investigación de Mercados*. México: Pearson.

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación (administración, economía, humanidades y ciencias sociales)*. Bogotá: Pearson.

Booking.com. (s.f.). Recuperado el 07 de Diciembre de 2015, de http://www.booking.com/aparthotels/city/ec/quito.es.html?aid=318615;label=New_Spanish_ES_ROW_7023995665-Z9I01yx7OgS6v*tvGFii2QS73336307185:pl:ta:p1:p2:ac:ap1t1:neg;ws=&gclid=Cj0KEQiA-ZSszBRDp3ITHm5KO_JYBEiQA1JjHHD0_z6jWZycxS_DLHCbg-_Td6cGeTOd_PmjHcSQXF_EaA

Carballo, B. (5 de Marzo de 2013). *Pensamiento de Sistemas Aplicado*. Recuperado el 8 de Diciembre de 2015, de Definiendo el alcance de una investigación: exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa: <http://pensamientodesistemasaplicado.blogspot.com/2013/03/definiendo-el-alcance-de-una.html>

Codificado por AHOTEC. (14 de 10 de 2015). *REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO*. Obtenido de Acuerdo Ministerial No. 20150101 (Reforma): <http://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Reglamento-de-Alojamiento-Turistico-con-Reformas-del-14.10.2015.pdf>

- Colombia, M. d. (2010). *Manual para la elaboración de planes de negocio*. Recuperado el 22 de enero de 2016, de http://www.ustatunja.edu.co/ustatunja/files/Facultades/Admoinstraci%C3%B3n/2_-_Manual_para_la_elaboracion_de_planes_de_negocios.pdf
- Comisión de Legislación y Codificación del H. Congreso Nacional. (29 de 11 de 2006). *LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL*. Obtenido de (Codificación No. 2006-013): <http://www.sayce.com.ec/pdf/ley-propiedad-intelectual.pdf>
- Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito. (s/f). *Permisos de Funcionamiento*. Obtenido de http://www.bomberosquito.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=5:permisos-de-funcionamiento&catid=2&Itemid=6
- De la Torre, O. (1980). *Turismo, fenómeno social*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- De la Vega, I. (21 de Enero de 2008). *Business School*. Recuperado el 20 de Febrero de 2016, de El plan de negocio: https://openmultimedia.ie.edu/openproducts/BP5_businessplan/BP5_businessplan/web/m0/nwin/imprimible.pdf
- De la Vega, I. (Enero de 2008). *El Plan de Negocio*. Madrid: Dep. de publicaciones del IE María de Molina.
- Escudero, F. (2006). *PLANIFICACIÓN OPERACIONAL Y FINANCIERA EN LA HOTELERÍA*. España: Trillas.
- Escudero, F. R. (2011). *Compra, Recepción y Almacenamiento de Alimentos en Hoteles y Restaurantes*. México, D. F., México: Trillas S.A.
- Estrella, E. (1998). *El Pan de América: Etnohistoria de los Alimentos Aborígenes en el Ecuador*. Quito: FUNDACYT.
- Fernandez, J. (02 de Noviembre de 2008). *SlideShare*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2015, de Cálculo del Punto de Equilibrio Financiero de una Empresa ó negocio: http://es.slideshare.net/jcfdezmx2/calculo-del-punto-de-equilibrio-presentation?next_slideshow=1
- Fleitman, J. (2000). *Negocios Exitosos*. Mc.Graw Hill.
- Gómez, R. (2004). *Eumed.net*. Recuperado el 8 de Diciembre de 2015, de Evolución científica y metodológica de la Economía: <http://www.eumed.net/coursecon/libreria/rgl-evol/2.4.2.htm>
- Hoteles Ecuador*. (s.f.). Recuperado el 14 de Abril de 2016, de <http://www.hotelesecuador.com.ec/resultado.php?idiom=1&ciudad=1&tipo=&ubicacion=&categoria=&precio=0>
- INAPI. (s.f.). Recuperado el 02 de Julio de 2016, de Gobierno de Chile: <http://www.inapi.cl/portal/institucional/600/w3-article-1612.html>
- Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual . (s/f). *Signos Distintivos*. Obtenido de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/signos-distintivos/>

- Juan, S., & Roussos, A. (Julio de 2010). *El focus group como técnica de investigación cualitativa. Documentos de Trabajo No. 256*. Recuperado el 14 de Octubre de 2013, de www.ub.edu.ar (Universidad de Belgrano): http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt_nuevos/254_Roussos.pdf
- León, Rosa María. (2010). *Universidad Rafael Landívar- Guatemala*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2015, de Programa de Fortalecimiento Académico URLG: <http://courseware.url.edu.gt/PROFASR%202011/Estudiantes/Facultad%20de%20Ciencias%20Econ%20y%20Empresariales/Alta%20gerencia%20para%20hoteles%20y%20restaurantes.pdf>
- Ley de Turismo. (2002). *Congreso Nacional N°. 2002 - 97*. Quito.
- Losee, J. (1976). Historia de la metodología. En J. Lossee, *Introducción histórica a la Filosofía de la Ciencia* (pág. cap.1). Madrid: Alianza.
- Martínez, H. (2008). *Diccionario de Hospitalidad*. Quito: RM Daylon Inc.
- Martínez, H. (2008). *Diccionario de Hospitalidad*. Quito: Gráficas Cobo.
- Méndez, C. (2001). *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación*. Colombia: McGraw Hill.
- Ministerio de Salud Pública. (2014). *Permiso de funcionamiento para locales establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario*. Obtenido de Permiso de Funcionamiento de Locales: <http://www.salud.gob.ec/permiso-de-funcionamiento-de-locales/>
- Morejón, K. (10 de Octubre de 2015). *El ciudadano*. Recuperado el 03 de Abril de 2016, de Ecuador triunfa nuevamente en los World Travel Awards 2015: <http://www.elciudadano.gob.ec/ecuador-triunfa-nuevamente-en-los-world-travel-awards-2015/>
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (s/f). *Nuevo Proceso LUAE*. Obtenido de Servicios Ciudadanos: <https://pam.quito.gob.ec/SitePages/educate6.aspx>
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (s/f). *Requisitos para la Obtención de clave y Patente Municipal*. Obtenido de Guía de Trámites: <https://pam.quito.gob.ec/SitePages/InfoTramite.aspx?Tramite=251&Guia=Patente&Codigo=P0001>
- Pazos, J. (2008). *El sabor de la memoria: Historia de la cocina quiteña*. Quito: FONSA.
- PLAN DE NEGOCIO*. (s.f.). Recuperado el 20 de FEBRERO de 2016, de CAPITULO 3: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/laex/loranca_r_ra/capitulo3.pdf
- Posso Yépez, M. (2011). *Marco Lógico, Tesis y Proyectos - Planes e Informes de Investigación*. Quito: Noción.
- PP el verdadero. (20 de Agosto de 2013). *El tren logra impulsar 265 emprendimientos*. Recuperado el 10 de Abril de 2015, de PP el verdadero: <http://www.ppelverdadero.com.ec/nota-del-dia/item/el-tren-logra-impulsar-265-emprendimientos.html>

Puente, W. (s/f). *RRPPnet*. Recuperado el 8 de Diciembre de 2015, de Técnicas de Investigación:
<http://www.rrppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>

Quito Apart Hotel.com. (s.f.). Recuperado el 20 de Mayo de 2016, de
<http://www.quitoaparthotel.com/amaranta.php>

Raúl, E. (30 de junio de 2009). *Técnicas de Investigación de Campo*. Recuperado el 8 de Diciembre de 2015, de <http://niveldostic.blogspot.com/2009/06/metodo-analitico-sintetico.html>

Registro Mercantil. (s/f). *Matrículas de Comercio*. Obtenido de Matrículas de Comercio:
<http://www.registromercantil.gob.ec/tr%C3%A1mites-frecuentes-rm/89-inscripciones/389-matriculas-comercio.html>

Registro Mercantil. (s/f). *Sociedades Civiles*. Obtenido de Sociedades Civiles:
<http://www.registromercantil.gob.ec/tr%C3%A1mites-frecuentes-rm/89-inscripciones/384-sociedades-civiles.html>

Reglamento General de Aplicación a la ley de Turismo. (2004). (*Decreto No. 1186*). Quito.

Reglamento de Alojamiento Turístico. (2015). (*Acuerdo No. 20150024-A*) Ministerio de Turismo No. 20150024-A. Ediciones Legales.

Ruiz, M. (2012). *“POLÍTICAS PÚBLICAS EN SALUD Y SU IMPACTO EN EL SEGURO POPULAR*. Recuperado el 08 de Diciembre de 2015, de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/cualitativo_cuantitativo_mixto.html

Servicio de Rentas Internas. (s/f). *Persona Jurídica*. Obtenido de Sociedad Pública y Privada - Formatos y Formularios: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/inscripcion>

Servicio de Rentas Internas. (s/f). *RUC*. Obtenido de Guía Básica Tributaria:
<http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>

Sociedad General de Autores y Compositores Ecuatorianos. (02 de 08 de 2011). *Registro Oficial No. 653 del lunes 5 de marzo del 2012*. Obtenido de ASAMBLEA GENERAL EXTRAORDINARIA DEL SAYCE: <http://www.sayce.com.ec/pdf/tarifario.pdf>

Stanford Suites Hotel. (s.f.). Recuperado el 20 de Mayo de 2016, de
<http://www.stanfordsuiteshotel.com.ec/suites/>

Subsecretaría de Calidad Ambiental. (s/f). *Procedimiento para la emisión de Licencias Ambientales*. Obtenido de Evaluación de Impactos Ambientales:
www.ecuadorambiental.com

Tom Bacon. (s/f). *Eye for travel*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2015, de sitio web de Eye for travel: <http://www.eyefortravel.com/revenue-and-data-management/why-statistics-storytelling-reliable-revenue-management>


Wikipedia. (s.f.). Recuperado el 1 de Marzo de 2016, de Iñaquito (parroquia):
[https://es.wikipedia.org/wiki/I%C3%B1aquito_\(parroquia\)](https://es.wikipedia.org/wiki/I%C3%B1aquito_(parroquia))

Wikipedia. (s.f.). Recuperado el 03 de Abril de 2016, de <https://es.wikipedia.org/wiki/Ecuador>

Zavala, S. (Marzo de 2012). *Guía a la redacción en el estilo APA, 6ta edición*. Recuperado el 23 de Julio de 2013, de www.ute.edu.ec:
http://uio.ute.edu.ec/itt/INVESTIGACION/Guia_Redaccion_APA_6taEd.pdf


Zoover.es. (s.f.). Recuperado el 4 de Marzo de 2016, de
<http://www.zoover.es/espana/mallorca/calas-de-mallorca/calas-park/apart-hotel>

ANEXOS



SOLICITUD DE REGISTRO

ALOJAMIENTO – ALIMENTOS Y BEBIDAS



Yo,, adedel 20....

Yo, en calidad de Representante Legal de La empresa solicito al (a la) señor (a) Ministro (a) de Turismo se digne, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, Clasificar y Registrar a mi establecimiento, cuyas características son las siguientes:

Razón Social (Persona Jurídica):

Nombre del Establecimiento:.....

Ubicación del establecimiento:

	Provincia	Cantón	Ciudad
.....			

	Calle	No.	Transversal	Sector	Teléfono
Fecha de Constitución:.....					
Fecha de Inicio de Operaciones:.....					
Registro Único de Contribuyentes:.....					Número de cédula.....
Monto de inversión:					
Número de empleados:.....					
Número de mesas:.....					Número de plazas
Número de habitaciones:.....					Número de plazas
Observaciones:.....					

Atentamente,

REPRESENTANTE LEGAL

CROQUIS

Revisado e ingresado por:.....

VERSION 01



SOLICITUD DE REGISTRO
ALOJAMIENTO – ALIMENTOS Y BEBIDAS
PERSONAS NATURALES

Yo, a de del 20....
 Yo, en calidad de Representante Legal
 de La empresa solicito al (a la)
 señor (a) Ministro (a) de Turismo se digne, de conformidad con las disposiciones legales
 vigentes, Clasificar y Registrar a mi establecimiento, cuyas características son las siguientes:
 Razón Social (Persona Jurídica):
 Nombre del Establecimiento:.....
 Ubicación del establecimiento:
 Provincia Cantón Ciudad

 Calle No. Transversal Sector Teléfono
 Fecha de Constitución:.....
 Fecha de Inicio de Operaciones:.....
 Registro Único de Contribuyentes:..... Número de cédula.....
 Monto de inversión:
 Número de empleados:.....
 Número de mesas:..... Número de plazas
 Número de habitaciones:..... Número de plazas
 Observaciones:.....

Atentamente,

REPRESENTANTE LEGAL

--	--	--

CROQUIS

--	--	--

Revisado e ingresado por:.....



SOLICITUD DE REGISTRO
ALOJAMIENTO – ALIMENTOS Y BEBIDAS



REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO

- 1. Copia **certificada** de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- 2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil,
- 3. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
- 4. copia de la cédula de identidad, a color
- 5. Copia de la última papeleta de votación, a color
- 6. Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, **en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.**
- 7. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de:
Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum
Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral
Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis
- 8. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- 9. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
- 10. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.
(Formulario del Ministerio de Turismo)
- 11. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados

Revisado e ingresado por:.....



SOLICITUD DE REGISTRO

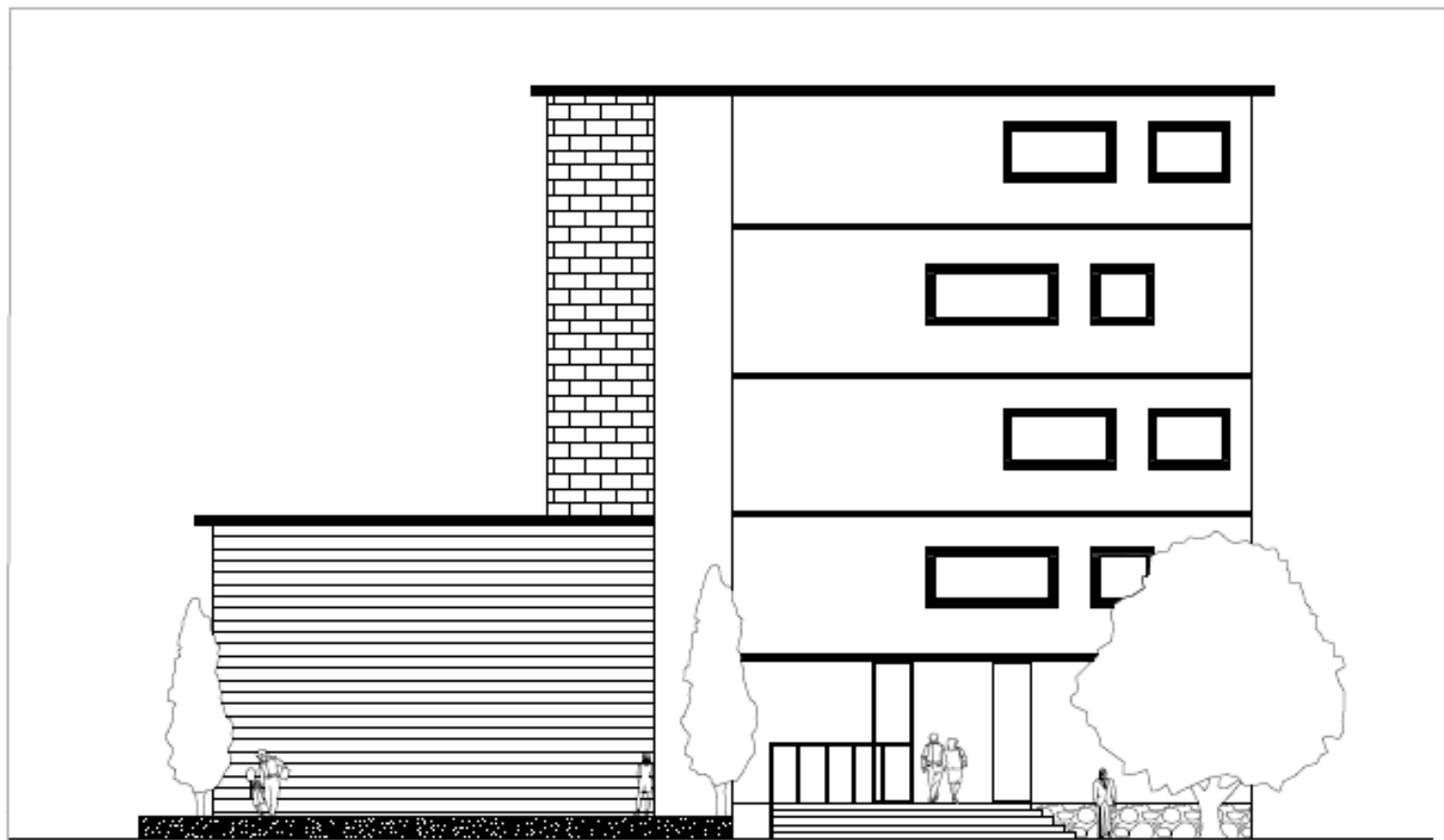


ALOJAMIENTO – ALIMENTOS Y BEBIDAS PERSONAS NATURALES

REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO

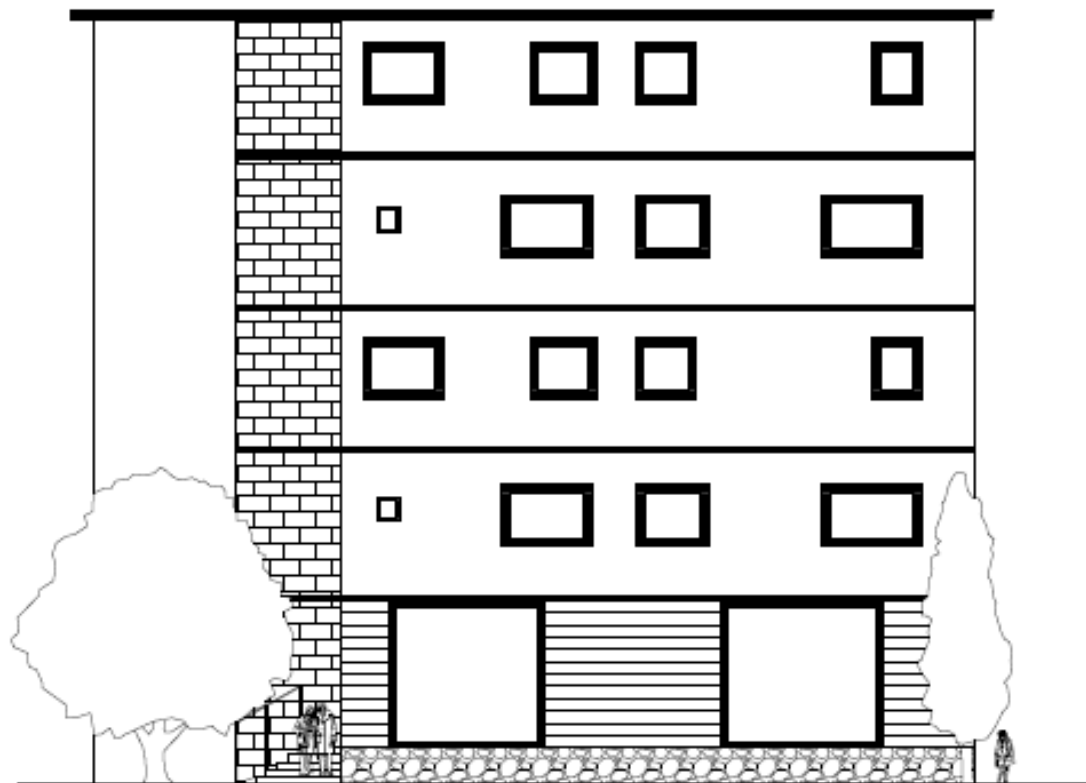
1. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
2. Copia de la cédula de identidad
3. Copia de la última papeleta de votación
4. Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, **en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.**
5. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de:
Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum
Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral
Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis
6. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
7. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
8. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.
(Formulario del Ministerio de Turismo)
9. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.
10. Permiso de uso del suelo (*para bares y discotecas*)

Revisado e ingresado por:.....



ELEVACIÓN ESTE

<p>ALCOPRO Construcción</p>	<p>CORRA:</p>	<p>ART HOTEL Q. ANTU</p>	<p>CONTENIDO:</p>	<p>FACHADA ESTE</p>	<p>ARQ:</p>	<p>Agosto de 2016 ARQ Diana Carolina Alcivar</p>	<p>L. AMINA</p>	<p>06 Escala 1/8"</p>
---------------------------------	---------------	--------------------------	-------------------	---------------------	-------------	--	-----------------	---------------------------



ELEVACIÓN NORTE

ALCOPRO
Construcción

OBRA:

ART HOTEL QANTU

CONTENIDO:

FACHADA NORTE

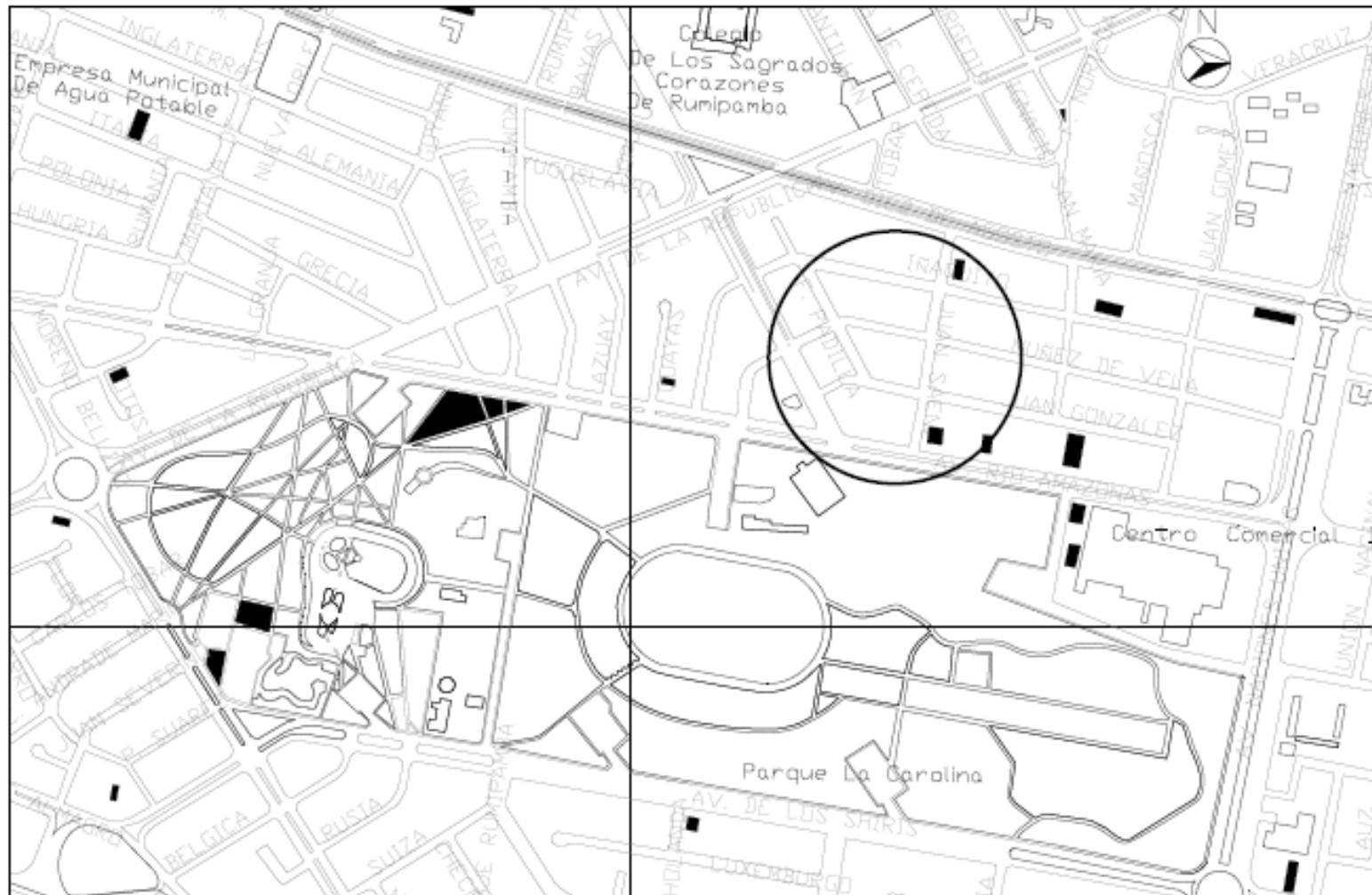
ARGO:

Agosto de 2016
ARG. Diana Carolina Alvar

LAMINA:

07

Escala: 1/50



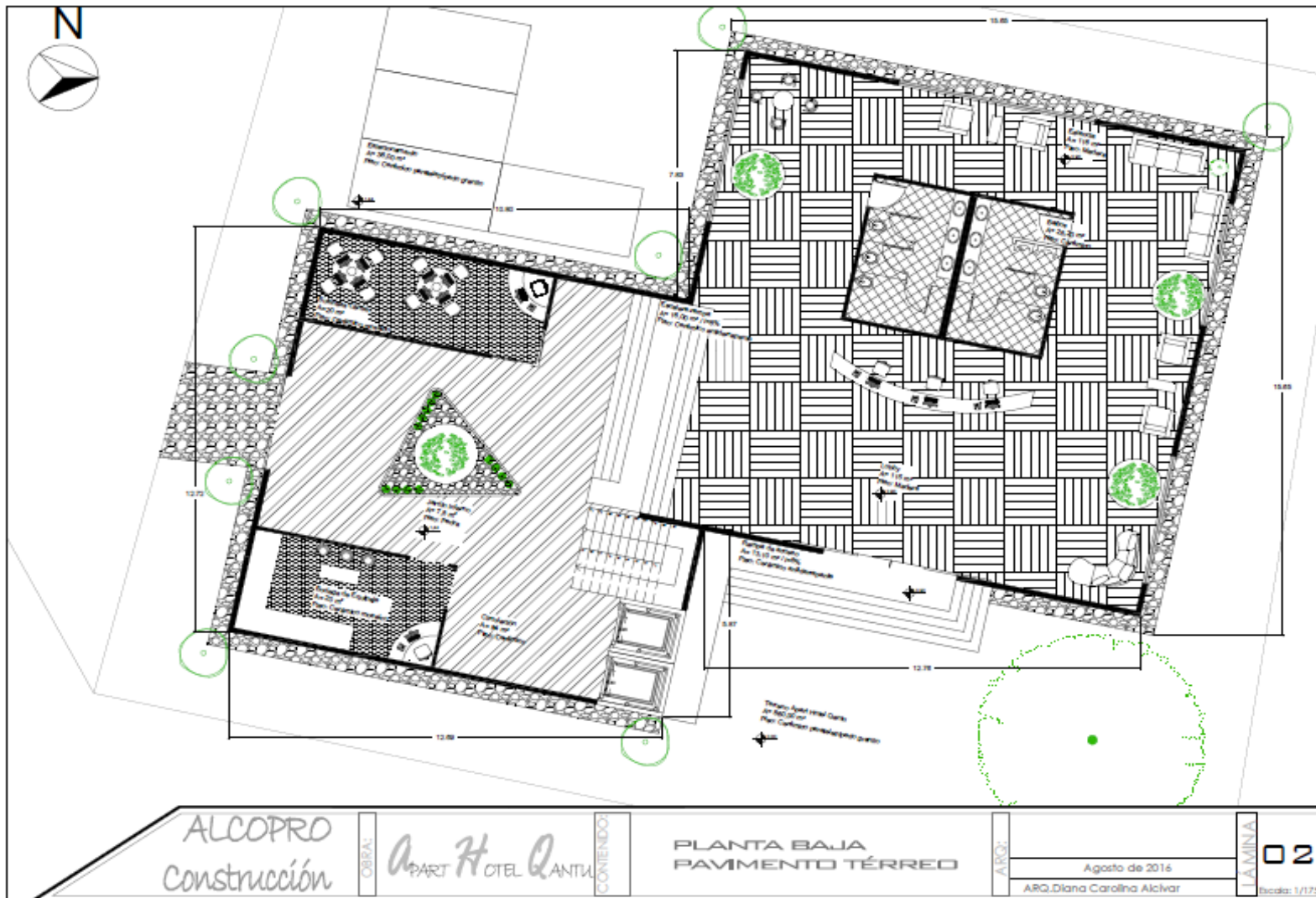
ALCOPRO
CONSTRUCCIÓN

OPERA
A. H. OTEL Q. ANTA
CONTENIDO

PLANTA DE
IMPLANTACIÓN

ARGO
Agosto de 2016
ARG. Diana Carolina Alcivar

LAMINA
01
ESCALA 50



ALCOPRO
Construcción

OBRA:

Part Hotel QANTU

CONTENIDO:

PLANTA BAJA
PAVIMENTO TÉRREO

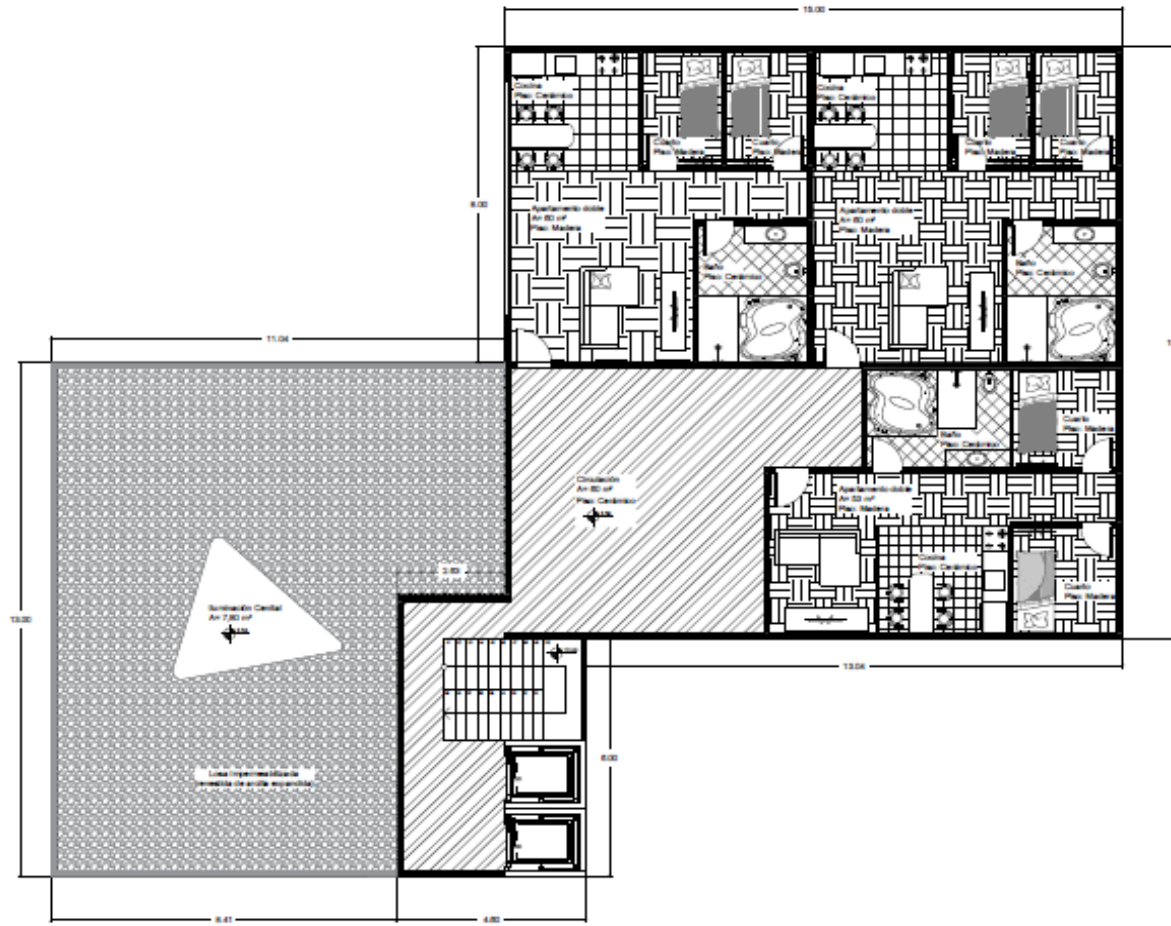
ARQ:

Agosto de 2016
ARQ. Diana Carolina Alcivar

LÁMINA

02

Escala: 1/175



ALCOPRO
Construcción

OBRA:

Part Hotel QANTU

CONTENIDO:

PLANTA BAJA
SEGUNDO PAVIMENTO

ARQ:

Agosto de 2016
ARQ. Diana Carolina Alcívar

FOLIO:

04

Escala: 1/100