



Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Arte Culinario, Hospitalidad y Turismo

Tesis de Grado

Autores:

Leandro José Escudero Camacho	24033
Santiago Andrés Donoso Falconí	25495
Carlos Alexis Azuero Arias	22396

Decano: Mauricio Cepeda

Mayo, 3 de 2012

Tabla de contenido

1. SUMARIO EJECUTIVO.....	3
2. CONCEPTO Y EXPERIENCIA DEL CLIENTE.....	4
3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	12
3.1 ENTORNO MACROECONÓMICO.....	12
3.2 ANÁLISIS DE SITIO	19
3.3 ANÁLISIS DE VECINDARIO	24
3.4 ANÁLISIS DEL ÁREA DEL MERCADO	29
3.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA	32
3.6 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	35
3.7 ESTUDIO DE PENETRACIÓN DE MERCADO, SHARE OF MARKET Y % DE OCUPACIÓN.....	36
3.8 PRONOSTICO DE INGRESOS Y GASTOS	37
3.9 ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD DEL PROYECTO	37
4. DISEÑO Y ARQUITECTURA.	38
4.1 PROGRAMA DE ESPACIO.....	38
4.2 DIAGRAMA DE RELAJACIÓN ESPACIAL.....	38
4.3 . GUESTROOM FLOOR	38
4.4 PUBLIC SPACE DESIGN	39
4.5 BACK OF THE HOUSE.....	40
5. PROGRAMA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.....	43
RESTAURANTES Y SU MENÚ.....	43
6. RECURSOS HUMANOS.....	45
7. PLAN DE MARKETING	49
8. PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO	53
9. CONCLUSIÓN	54
10. ANEXOS	54

1. Sumario Ejecutivo

La planificación del **NALU KAI HOTEL** nace de la creatividad de 3 estudiantes de la Universidad San Francisco de Quito, al ver la necesidad de un hotel de lujo en la ciudad de Manta, siendo esta una de las ciudades más importantes del Ecuador, tratando también de crear al mismo tiempo un icono nacional, representativo para nuestro país, siendo así un atractivo turístico y emblema de la ciudad de Manta. Nuestro proyecto consiste en la elaboración de un negocio relacionado con los servicios y creación de un Hotel turístico/ejecutivo de primera categoría del Ecuador en el que combinen los servicios de hospedaje, alimentos y bebidas, ambientes de confort y lujo en el cual el cliente podrá tener una experiencia única satisfaciendo sus expectativas.

Esto fue decidido a través del análisis de la oferta actual de hoteles en la ciudad de Manta, analizando lo que el turista requiere, por que viajan a la ciudad, y que es lo que esperan de su estadía.

La ubicación es en un lugar extraordinario, nunca antes visto en Ecuador, ya que la planificación está dada para colocarnos en el mar de Manta, frente a la turística playa de Murciélago. Siendo este hotel extremadamente atractivo por su belleza, majestuosidad e innovación hotelera, arquitectónica de nuestro país.

En base a estos datos hemos desarrollado el concepto NALU KAI es un hotel de lujo que combina cualidades tecnológicas de confort, elegancia, prestigio, ocio, incluyendo un servicio diferenciado, instalaciones modernas fácil uso y alcance para que satisfagan las necesidades y caprichos de los huéspedes.

Este es un proyecto que tras desarrollar los análisis financieros los cuales se encuentran en los anexos, se ha llegado a concluir que es un proyecto rentable ya que con una inversión de \$ 30'000.000 se obtendrá una tasa de retorno del 18% y un VAN de \$ 4.643.498. Pese a que será una mega construcción tras estar localizado en la superficie del mar de Manta a 150 metros de la costa.

2. Concepto y experiencia del cliente.

Nuestro concepto será un hotel de lujo/negocios/ocio en el mar de la ciudad de Manta, con una nueva tendencia vanguardista tropical, innovando en cuestiones de servicio con un estilo único el cual brindara una experiencia única al cliente

Ubicación

Nuestro hotel estará ubicado en las aguas de la provincia de Manabí en la ciudad de Manta, debido a que es considerado por el Ministerio de Turismo como uno de los puertos más importante y de mayor proyección regional e internacional del Ecuador, las cuales tienen un gran flujo turístico, frente la zona hotelera/comercial/residencial de mayor prestigio.





Dimensión

Nuestro hotel, ya que está ubicado en la superficie marítima, vamos a utilizar 2000 metros cuadrados de relleno en el mar, para así poder tener una construcción sólida, e infraestructura y diseño extraordinario en nuestro país.

Calculo de tamaño de la tierra necesario para el edificio.

- 72 habitaciones
- Lujo, business hotel, ubicación marítima suburbana
- FAR Requerido: 11

BOTTOM UP APROACH	
Gross Guestroom Area	
72 rooms x 56m ² /room	60%=4032 m ² de espacio en cada habitación por piso
Gross Public/Support Area	
Space Ratio= 60% 40% split 3920 m ² /SR	40%=2688 m ² de espacio
Gross Hotel Area	100% = 6720 m ²
Parking Area	
72 rooms x 1,2/room x 36/espacio	3110m ²
Total de edificio y parqueadero / FAR	9830m ²
Area minimo del terreno	518m ²

Servicios

Habitaciones y suites

Contaremos con 72 habitaciones las cuales estarán distribuidas de la siguiente manera:

- 6 suites
- 14 habitaciones ejecutivas
- 4 mini suites
- 22 habitaciones simples
- 14 habitaciones dobles
- 12 habitaciones triples

Las mismas que serán decoradas de la mejor manera con estilo único acogedor, confortable que contarán con servicio de TV por cable, wi-fi, teléfono, calefacción, climatizador, salas dentro de la habitación, mini bar, terraza, baños con bañera, amenities, camas(King, Queen, Doublé doublé, twin y doublé studio) y almohadas de la mejor calidad. Las suites contarán con los mismos servicios pero con mejores acabados en los baños ya que contarán con hidromasaje en cada suite y todas tendrán un estilo diferente.

Spa

El spa será en el espacio más tranquilo y silencioso del hotel además de una hermosa vista de la ciudad y del mar de Manta, contará con los diversos tipos de masajes, tratamientos para la relajación del cliente; de igual manera tendremos masajes privados a la habitación con la misma tarifa. Además en el espacio asignado para el Spa se tendrá sauna, turco, hidromasaje, baños de lodo, tratamientos faciales, zona de masajes en el que se brindarán masajes terapéuticos, sueco, drenaje linfático, reflexología, espalda cuello y hombros, exprés y deportivo, tratamientos corporales, con un ambiente tropical con sonidos delicados para que la experiencia de relajación sea única y satisfaga al cliente.

Piscinas

Se contará con dos tipos de piscinas y un hidromasaje:

- 97.28 metros cuadrados con una profundidad de 1,80mts
- 16.34 metros cuadrados
- 20.55 metros cuadrados con una profundidad de 1 metro para los niños

Para que los clientes cuenten con la mayor comodidad, a mas de que cada piscina contará con una cabaña la que ofrecerá cocteles y servicio de snacks.

Bar

Contaremos con dos bares cada unos con diversos ambientes y diferente decoración para que el cliente pueda elegir lo que más le guste ya que hoy en día los clientes cada vez son más exigentes. El uno con un ambiente deportivo en el que tendrá juegos de salón como mesa de villar, programas deportivos en tv, juegos de dardos, etc. El otro será de un ambiente más tranquilo en el que simplemente se busque tener un momento entre amigos o familia.

Bounce Bar

Este bar estará ubicado en el piso 11, hemos elegido este piso ya posee una espectacular vista, que dejara asombrado a todo el mundo que nos visite, el bar está preparado con una capacidad para 30 puesto los cuales serán ubicados en lugares estratégicos para que todos disfruten del paisaje de Manta y las comodidades que tendrá nuestro Bar; estará cerca del restaurante, que está ubicado en el mismo piso, ya que también servirá como lugar de espera para los clientes del restaurante.

Este bar tiene un ambiente casual/deportivo, teniendo varias maquinas de diversión como juegos de arcade y mesa de pinball, así como también una mesa de billar, ping-pong, mesa de póker, fútbolín, dardos, entre otras cosas ya que esperamos que los huéspedes y personas de afuera del hotel puedan disfrutar al máximo para que consuman en nuestro bar y asegurar su regreso.

Bebidas

Tendremos varios tipos de licores al igual que un amplio número de cocteles con alcohol y sin alcohol, los cuales pueden observar en los anexos al final del proyecto.

Alimentos

No tendremos platos a la carta para la venta ya que para eso están los restaurantes, lo que si ofreceremos son diferentes picadas, que vallan acorde con el concepto del local, para que tengan una mejor experiencia en nuestro bar.

Bar El Puerto

Este bar está ubicado en el primer piso del hotel, con un ambiente más formal, enfocados para empresarios que deseen tener una reunión de negocios rápida, o tener simplemente un momento de distracción; este bar tendrá juegos de mesa, los cuales le pedirá al barman, como cartas, ajedrez, damas chinas; para mantener el ambiente de bar. Este constara con 20 puestos, y será también usado por clientes que esperan hacer su check-in o esperan que les entreguen sus habitaciones.

Bebidas

Este constara con barias bebidas alcohólicas como no alcohólicas, para asegurar el mayor consumo posible.

Alimentos

De la misma manera no se ofrecerán platos elaborados pero si picadas para la satisfacción del cliente, tendrán picadas diferentes que el otro bar ya que no queremos cansar a los clientes con menús iguales.

Salas lounge de negocios

Las salas lounge de nuestro hotel; especiales para reuniones de negocios que tendrán privacidad y una vista espectacular. Lo que hará que las personas se sientan cómodas; es por esto que las salas estarán ubicadas en el quinto piso de nuestra torre, las mismas que estarán equipadas con sonido envolvente, proyectores, mini bar, wi-fi y teléfono para que se comuniquen con quien gusten o con alguna área del hotel.

El metraje de cada área será de 3 metros de ancho por 3 metros de largo teniendo en cuenta que la idea de tener este tipo de salas es para reuniones más privadas de 4 o 5 personas.

Salones para eventos

Los salones para eventos o convenciones serán tres cada uno para diferente capacidad uno con capacidad para 50pax, 100pax y 200pax que se fusionarán formando un solo salón con capacidad de 350pax

.

Restaurantes

Nuestro hotel constara de dos restaurantes diferentes Atrio restaurante gourmet de cocina internacional que estará de acuerdo a toda ocasión con un servicio extraordinario de lujo y Ocaso restaurante será el que estará a disposición de todo el hotel que degustará de la comida típica de la ciudad de Manta y Ecuador, contando con un excelente servicio.

Restaurante Atrio

Este es el restaurante gourmet del hotel que estará ubicado en el detalle del último piso encima del mismo que dará una experiencia única a los comensales ya que tendrán una vista espectacular tanto del océano Pacífico como de la ciudad de Manta, contando con una capacidad de 50 asientos distribuidas con 6 mesas de 4 pax, 4 mesas de 2 pax y 3 mesas de 6 pax. Atrio Gourmet Restaurante es de un estilo vanguardista de lujo con ultima tecnología para brindar un servicio de calidad y satisfactorio. La cocina es de tipo internacional es decir tendremos platos de todas partes del mundo, así como nacionales y de igual manera una excelente cava de

vinos (Argentinos, Chilenos, Españoles, USA, Franceses, etc.) cumpliendo la expectativas a cabalidad de los huéspedes.

Restaurante Ocaso

Es el restaurante que está disponible para todos los huéspedes del hotel, es el centro para la distribución de alimentos y bebidas del establecimiento; está ubicado en la planta baja con una capacidad de 80 pax que brindara también atención a la ciudadanía en general. Estará distribuido con 10 mesas de 4 pax, 5 mesas de 6 pax, 5 mesas de 2 pax. Tendrá un estilo buffet en el desayuno, el almuerzo platos a la carta y en la cena de la de igual forma platos a la carta. Teniendo como menús platos típicos de la costa ecuatoriana especialmente de Manabí y platos de las otras regiones del país, de igual manera se brindara todo tipo de bebidas calientes y frías. Este restaurante tendrá un estilo tropical como cabaña de playa pero manteniendo el lujo y los estándares necesarios para ser el mejor hotel de Manta.

Discoteca

Nuestra discoteca estará en el quinto piso y dará una experiencia única para visitantes y huéspedes que podrán divertirse sin necesidad de salir de nuestro hotel, convirtiéndose en una discoteca con nuevo entretenimiento para la ciudad. Teniendo un concepto de elegancia y diversión, contando con todos los últimos estilos musicales ya sea en salsa, merengue, tecno, etc.

Gimnasio

Tendremos al gimnasio en el ultimo piso muy bien equipado con toda las maquinas necesarias para confórmalo estando acorde con nuestro hotel tales como; bicicletas estacionarias, sala de aeróbicos, caminadoras eléctricas, sala de pesas, pole dance, y danza tropical, para que el huésped se sienta gusto, además de instructores que a su vez ofrecerán bebidas hidratantes o agua a los huéspedes o clientes del gimnasio.

Este estará en el mismo piso que esta el Spa ya que luego podrán ir a refrescarse a la piscina y relajarse con los masajes o simplemente disfrutar del sauna y turco del hotel.

Room service

Estará disponible las 24 horas para todos los huéspedes y de cualquiera de los restaurantes que desee, ya que si desea tener una cena romántica en la habitación nosotros llevaremos los alimentos que deseen, además de crear el ambiente necesario para la cena.

Área de recreación infantil

Se creará un área especial para el cuidado y supervisión de los niños que estará ubicada en un lugar seguro cerca de la piscina de niños en el piso ocho, para que los padres puedan disfrutar del hotel. Los niños estarán bajo la supervisión de los empleados del hotel todo el tiempo que se encuentren en este lugar manteniéndolos entretenidos en los juegos de mesa, juegos de salón, juegos grupales y manualidades.

Deportes acuáticos

Se tendrá un espacio para la práctica de deportes en las que el huésped podrá practicar kitesurfing, kayak, skii surfing y motonáutica que serán parte del hotel para que el huésped los utilice tendrá una tarifa adicional; para el cual tendremos personal capacitado que se dedicaron al huésped para que disfrute de su nueva experiencia.

Paseos en barco

Este barco será tipo crucero que servirá para transportar a los huéspedes de la costa al hotel en el que se ofrecerá cocteles, bebidas, picaditas para que desde que se suben al barco comience su experiencia, el mismo que servirá para paseos costaneros.

Servicio especial para recién casados

Tratamiento especial para recién casados en su luna de miel, reservando las habitaciones con mejor vista ya sea de la ciudad o del mar, además de una decoración especial debido a la ocasión y un servicio personalizado para la pareja complaciéndoles en lo que necesiten.

Servicios de lavandería

Para la comodidad de nuestros huéspedes, también ofreceremos servicio de lavandería para que no tengan que preocuparse por ropa sucia o mal planchada, además que ya tendremos la lavandería la cual se usara para lavar uniformes de empleados, sábanas y manteles.

Servicio de Catering

Ubicado en el quinto piso dando el servicio de catering para los eventos que se realizarán dentro del hotel para complacer las expectativas de nuestros clientes, brindando un servicio muy personalizado lo que mantendrá a los clientes satisfechos. El servicio de catering formara parte de los salones siendo un complemento mutuo.

Mercado meta

Nosotros estamos dirigidos a los turistas nacionales y extranjeros principalmente de Norteamérica (Canadá, USA) de un nivel socio económico alto que gusten de un buen servicio con experiencias únicas, además de ejecutivos que vayan por cuestiones de negocios y deseen tener una estadía cómoda con todos los servicios que necesiten a su disposición.

3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

3.1 Entorno macroeconómico

Inversión extranjera

La inversión extranjera directa bajó casi a la mitad en Ecuador en el 2010, cuando entraron en el país \$164 millones netos, informó el Banco Central en su página de Internet.

Esa cifra representa una caída de más del 48 % en relación a los casi \$319 millones en inversiones externas que entraron en el país en el 2009 (diario el hoy).

Country	2007	2008	2009	2010
Ecuador	16.310.000.000	16.990.000.000	11.950.000.000	12.300.000.000

1.1.1. Canasta básica

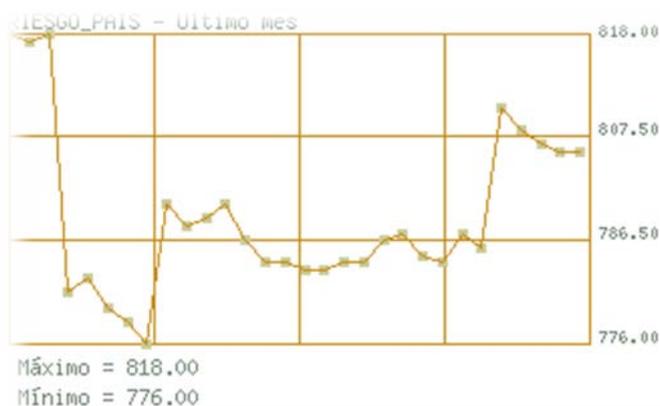
No. Orden	Grupos y Subgrupos de Consumo	Encarecimiento Mensual	Costo Actual en Dólares	Distribución del Ingreso actual	Porcentaje de Ingresos	
					En Dólares	% del Costo
1	TOTAL	0,55	583,27	545,87	38,29	6,55
2	ALIMENTOS Y BEBIDAS	1,02	207,84	198,16	3,68	1,60
3	Cereales y derivados	-0,70	44,96	44,78	0,19	0,03
4	Carne y preparaciones	0,09	30,99	30,49	0,50	0,09
5	Pescados y mariscos	0,61	9,93	9,19	0,74	0,13
6	Grasas y aceites comestibles	-0,48	7,93	7,64	0,28	0,06
7	Leche, productos lácteos y	-0,37	30,78	30,21	0,57	0,10
8	Verduras frescas	17,37	14,96	11,53	3,43	0,59
9	Tubérculos y derivados	-4,71	14,61	14,46	0,16	0,03
10	Leguminosas y derivados	11,45	4,22	2,75	1,48	0,26
11	Frutas frescas	2,53	11,48	9,84	1,64	0,28
12	Azúcar, sal y condimentos	0,32	11,38	11,34	0,04	0,01
13	Café, té y bebidas gaseosas	0,39	6,32	5,95	0,38	0,06
14	Otros productos alimenticios	1,02	2,04	1,84	0,21	0,04
15	Alim. y beb. consumidas fuera del	1,00	18,24	18,15	0,09	0,02
16	VIVIENDA	0,82	100,94	108,15	1,78	0,31
17	ALQUILER	0,50	130,49	130,49	0,00	*
18	Alumbrado y combustible	0,01	13,10	13,10	0,00	*
19	Lavado y mantenimiento	1,64	14,83	14,36	0,47	0,08
20	Otros artefactos del hogar	2,09	1,51	0,20	1,31	0,23
21	INDUMENTARIA	0,98	37,67	14,30	22,73	3,30
22	Tejas, neckuras y accesorios	1,02	2,28	0,19	2,09	0,36
23	Ropa confeccionada hombre	1,04	18,82	11,71	6,81	1,17
24	Ropa confeccionada mujer	0,42	14,59	2,81	11,78	2,02
25	Servicio de limpieza	-4,14	2,28	0,22	2,06	0,36
26	MISCELANEOS	-0,95	177,82	173,83	3,98	0,68
27	Cuidado de la salud	0,56	84,62	82,99	1,63	0,28
28	Cuidado y artículos personales	0,12	15,29	14,09	1,20	0,21
29	Recreo, material de lectura	-10,38	20,35	19,80	0,56	0,10
30	Tabaco	-0,50	17,66	17,60	0,06	0,01
31	Educación	0,00	11,75	11,22	0,53	0,09
32	Transporte	0,00	28,14	28,14	0,00	*

El costo de la canasta básica ascendió a US\$ 426,7, mientras que el ingreso familiar, considerando el salario básico unificado y 1,6 perceptores, fue de US\$ 280, por tanto, la restricción del consumo subió a 34,4 por ciento. En donde según los últimos datos del INEC, el 41,4 por ciento de los ecuatorianos vive con menos de US\$ 2,7

diarios (línea de pobreza) y el 7,6 por ciento con menos de US\$ 1,3 (línea de indigencia), la restricción en el consumo de esas familias es aún mayor. Estos indicadores guardan estrecha relación con el acceso y la calidad del empleo; es así que, durante septiembre de 2005, la tasa de desocupación en las tres principales ciudades del país fue de 11 por ciento, mientras que la subocupación ascendió al 46,3 por ciento. (Dinero, Diario de Negocios, p. 7)

Riesgo País

En agosto 22 del 2011 el país termino con 899 puntos, registrando como punto máximo 903 del 18 agosto del 2011 y punto mínimo de 763 en julio del mismo año.



Clases Sociales

En el Ecuador actual existen clases, capas y sectores sociales bastante definidos. “Unos que se ubican como clases dominantes y explotadoras, por el gran poder económico y político que concentran y, otros que se ubican como clases dominadas y explotadas, que sufren los efectos de la dependencia, de la injusta distribución de la riqueza...” (Clases sociales n.p.).

Según un estudio realizado por el INEC, a 9.744 viviendas del área urbana de Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato, se reflejaron “que los hogares de Ecuador se dividen en cinco estratos, el 1,9% de los hogares se encuentra en estrato A, el 11,2% en nivel

B, el 22,8% en nivel C+, el 49,3% en estrato C- y el 14,9% en nivel D.” (Clases sociales n.p.).¹

Inflación

La inflación refleja la disminución del poder adquisitivo de la moneda: Una pérdida del valor real del medio interno de intercambio y unidad de medida de una economía. La inflación baja o moderada puede atribuirse a las fluctuaciones de la demanda de bienes y servicios, o a cambios en los costos y suministros disponibles (materias primas, energía, salarios, etcétera), tanto así como al crecimiento de la oferta monetaria. Sin embargo, existe consenso que un largo período de inflación sostenida es causado cuando la emisión de dinero crece a mayor velocidad que la tasa de crecimiento económico.

Si vemos la cifra anualizada a enero de 2012, llegó a 5.29% y la acumulada en 0.57%. Se estimaba que este año la inflación promedie el 5%.

Entre las ciudades con mayor inflación se encuentran:

- Manta
- Cuenca
- Esmeraldas
- Cuenca

Cabe mencionar que, la inflación estuvo impulsada principalmente por el incremento en alimentos y bebidas no alcohólicas, comunicaciones, transportes y prendas de vestir y calzado.

El gobierno ecuatoriano espera que la inflación sea del 5% este año. Se estima que se logrará al paso que se viene llevando la economía, y la recuperación de la demanda.

PIB

¹ Siendo A el mejor estilo de vivienda y D el peor

El PIB de Ecuador creció 8.6%, a marzo del 2011, según las Cuentas Nacionales Trimestrales del Banco Central del Ecuador (BCE), el Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador continúa su proceso de fuerte crecimiento; esta vez, con un crecimiento anual de 8.6% en el primer trimestre del 2011, con relación a su similar período del 2010; incremento que según el presidente del Directorio del BCE, Diego Borja, es el más alto de los últimos 10 años.

Sobre la actividad del Sector de la Construcción (mayor obra civil y empleo), que presentó un incremento del 17.5% en relación al primer trimestre del 2010, manifiesta que esta evolución se originó, entre otras causas, por la continuación de los proyectos de infraestructura civil ejecutados por el Estado y por los programas inmobiliarios privados y públicos.

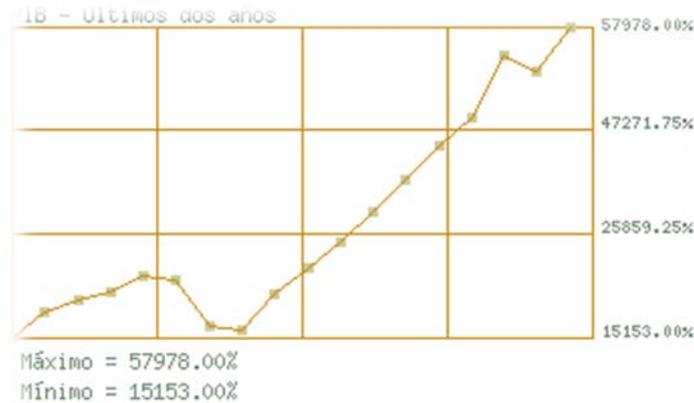
El crecimiento que se observa a nivel de sectores es:

- Transporte y Almacenamiento en 46,8%
- Productos de la Refinación de Petróleo y Gas 44,9%
- Productos de la Caza y de la Pesca: 34,5%;
- Productos de la Madera: 28,1%;
- Productos Alimenticios: 27,7%;
- Productos Elaborados de Carne y Otros Productos: 19,2%
- Productos Minerales Básicos 13,4%

Simultáneamente a este crecimiento de la Inversión y de la Producción; se registra un importante aumento del consumo de los hogares ecuatorianos: 7,60%, nivel bastante más alto que el logrado en los últimos siete u ocho años continuamente.

A pesar de que Ecuador hasta noviembre del año anterior, mantuvo un Déficit Comercial, según el Profesor de la Espae, Francisco Alemán Vargas, afirmó que el año en curso va a ser un periodo parecido al 201, en

términos de crecimiento éste será un poco menor oscilando entre 5 ó 5.5%.



Marco Legal

El marco legal nos proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política.

Su fundamento en muchos países es La Constitución en tanto suprema legislación, que se complementa con la legislación promulgada por un parlamento o legislatura donde se incluye una ley electoral (leyes, que incluyen provisiones para el proceso electoral, el financiamiento de campañas electorales y derecho de los ciudadanos al voto), leyes, códigos penales, y Regulaciones, que incluyen Códigos de Conducta/Ética, dados a conocer por distintas instancias reguladoras que guardan estrechos vínculos con la materia electoral.

Dentro de las provisiones legales se encuentran los lineamientos para determinar la estructura de la administración electoral, las instrucciones destinadas a los administradores de la elección sobre la forma en que deberán llevar a cabo su labor, y los derechos y

responsabilidades de los partidos políticos, los medios de comunicación, los electores y demás participantes en una elección.

El marco legal faculta a la autoridad electoral para que lleve a cabo las labores de administración de la elección de conformidad a la estructura detallada dentro de sus mismas provisiones. Asimismo faculta a los partidos políticos para allegarse recursos financieros y participar en las elecciones de acuerdo a las provisiones legales establecidas. Y por último, asegura que los electores conserven sus derechos políticos para la emisión del voto y la elección de sus representantes de gobierno.

Para efectos de integridad, es muy importante revisar el diseño legal en su totalidad con el propósito de entender el marco legal y para determinar cuando sea necesaria la acción correctiva necesaria, y de ser el caso, el tipo de acción definitiva que deba tomarse.

Salario

En Ecuador el salario mínimo lo fija el Ministerio de Relaciones Laborales. Éste salario comprende jornadas de 40 horas semanales, el cual rige para el sector privado incluyendo a los siguientes grupos: campesinos, trabajadores de la pequeña y mediana industria, trabajadoras del servicio doméstico, artesanos, sector agrícola y del sector de las maquilas. Además del pago mensual existe algunos sobresueldos, estos son: El Decimo Tercer sueldo.- Se paga en diciembre para compensar las necesidades de gastos por las festividades de navidad. Es la 12ava parte de todo lo percibido en el año calendario anterior. Aproximadamente \$260.00 USD (2011). El Decimo Cuarto sueldo.- Se paga en septiembre para compensar las necesidades de gastos por ingresos a clase de las escuelas y colegios. Corresponde un salario mínimo unificado, es decir us\$264.00 (2011). Pago de utilidades.- Se paga en abril, corresponde al 15% de las utilidades netas de la empresa. El 10% es pagado por completo a cada

trabajador, el 5% distribuidos entre las cargas familiares del trabajador.

Tabla del salario mínimo en Ecuador:

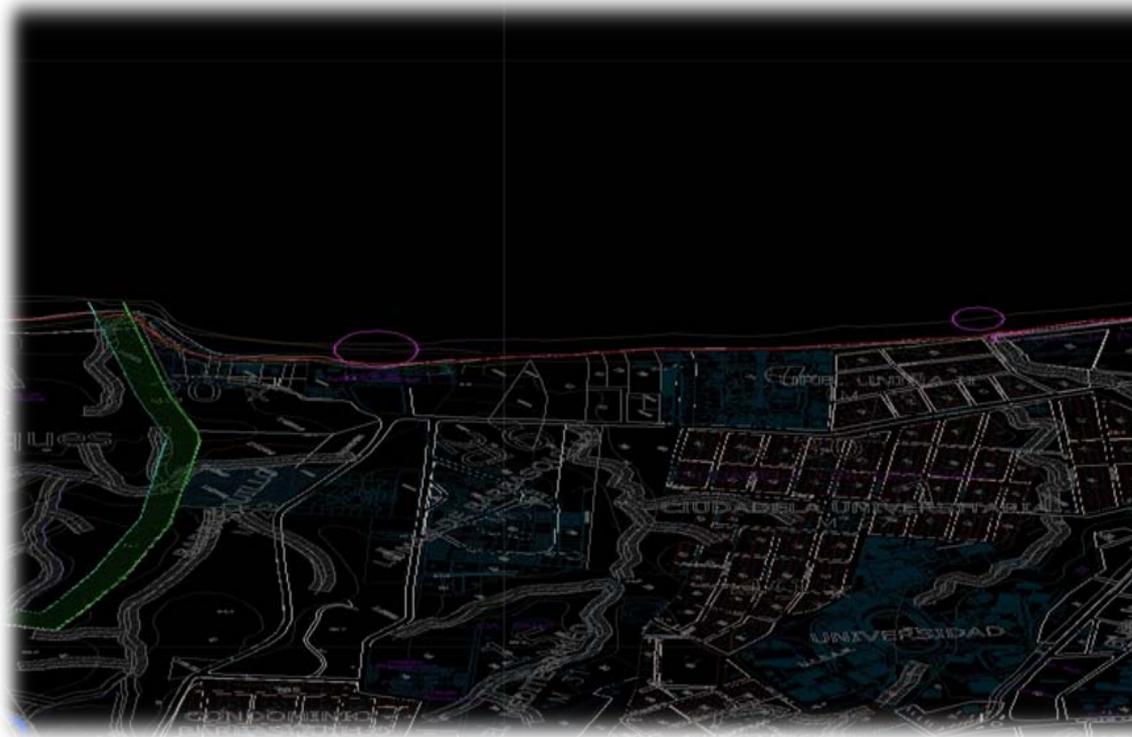
2007	2008	2009	2010	2011	2012
170	202	218	240	264	292
US\$/mes	US\$/mes	US\$/mes	US\$/mes	US\$/mes	US\$/mes

3.2 Análisis de sitio

Nosotros hemos escogido esta zona, debido a que nuestro hotel será amigable con el ambiente sin contaminar el área ecológica marina, además que no será afectado las áreas turísticas de Manta, junto con sus paisajes sino todo lo contrario, dándole un realce arquitectónico, turístico a la ciudad de Manta. Al mismo tiempo que el gobierno municipal de Manta, nos ha sugerido este sitio, ya q son unos de los mejores sitios para nuestro proyecto.

3.2.1 Localización

Estamos localizados en la ciudad de Manta, en la zona Hotelera/residencial de la ciudad, en el mar frente al complejo turístico Barbasquillo a 250m de la costa como se indica en el siguiente mapa.



3.2.2 Adaptabilidad y Conveniencia Física del Terreno

No aplica debido a que no existe una ordenanza municipal en la que se prohíba la construcción o se acepte la misma. Es por esto que para la construcción se debe presentar el proyecto a la Municipalidad de Manta para que el proyecto sea aprobado y la ordenanza sea aceptada. Es debido a esto que no tendremos linderos, ni estudios topográficos del lugar, ni tampoco estaremos sujetos a una línea de fabrica ya que no tendremos vecinos.

Según la empresa Ciudad Rodrigo o Vipa que son las encargadas de rellenos en el mar y con las que trabajaremos nos han indicado que el relleno se realizara por la colocación de piedras de escollaría y pilotes, teniendo una superficie plana y solida la que servirá de la mejor manera para la construcción del hotel.

3.2.3 Acceso y visibilidad

Nuestro hotel al estar ubicado en el mar tendrá una visibilidad totalmente única para nuestros huéspedes y para nuestros futuros clientes, de igual manera, podrá llegar a ser un atractivo de la ciudad por que puede ser visto desde las playas de Manta como son las playas de; Barbasquillo, Murciélago, la Chocolatera.

Además también podrá ser apreciado y visitado por los turistas que llegan vía crucero a la ciudad, teniéndonos ellos a nuestro hotel como primer atractivo visual al momento de su llegada.

La accesibilidad será dada por unos yates, desde el puerto de Manta hasta nuestro propio Yacht Club, constará con una vía que salga desde Manta hasta nuestro hotel. Cabe recalcar que hoy en día las carreteras de acceso a la ciudad tanto como por el norte o por el sur se encuentran en un perfecto estado, facilitando y alentando la entrada a la misma para los visitantes. Así mismo el ingreso aéreo y marítimo tiene gran disponibilidad.

Como el relleno para la construcción de las bases del hotel será por medio de pilotes se formará un estilo de vía lo que servirá para que los huéspedes puedan llegar por vía terrestre, ya que se le acondicionará de la mejor manera para que los autos puedan circular de la mejor manera y dirigirse con facilidad hacia el hotel. Siendo una isla como la que se indicara en la imagen a continuación. En esta imagen se muestra la construcción con pilotes que se realiza actualmente en la playa de San Mateo a 10 minutos de Manta que servirá de puerto para barcos pesqueros artesanales según lo indica la Municipalidad de la ciudad. En nuestro hotel existirá algo similar pero que servirá como muelle de veleros para las personas que gustan de este deporte que no tienen en donde atracar y que a su vez servirán para nuestras pequeñas embarcaciones tengan donde anclar. Ya que también mantendremos el servicio en el que el huésped aborde nuestro barco y se lo lleve directamente al hotel.

Relleno por pilotes en San Mateo



Ruta marítima de nuestras embarcaciones y terrestres.

En este mapa se muestran las principales rutas hacia el hotel por vía marítima y terrestre; de azul la vía más rápida al hotel que es la única que se indica por ser la que de mayor importancia.



Distancias:

Desde	Hasta	Tiempo	Km
Aeropuerto	Hotel por la vía Malecón	13 minutos	8,2km
Aeropuerto	Hotel por Av. 4 noviembre	16 minutos	9,4km
Aeropuerto	Hotel vía circunvalación	16 minutos	10,1km

3.2.4 Servicios básicos

La ciudad de Manta consta con todos los servicios básicos, dentro de su zona urbana, aunque en ocasiones sufren de problemas con los apagones eléctricos, pero para nuestro hotel se realizara una planeación de servicios básicos para poder brindar estos servicios al 100% a nuestros clientes, sin causar molestias. Todos estos servicios estarán conectados a nuestra isla mediante tuberías que no afecten el ambiente ni el paisaje de la ciudad y de nuestro hotel. En cuestiones eléctricas se solicitara la autorización correspondiente a la CNEL, para los servicios potables de igual manera se solicitara la autorización al EPAM, encargados del alcantarillado, aguas servidas y agua potable de manta, de igual manera para los servicios de telecomunicaciones se solicitara la autorización con PACIFICTEL.

En la parte de los pilotes estarán los cableados eléctricos, las tuberías de aguas servidas y agua potable del hotel; es decir funcionaríamos con los servicios que brinda la ciudad; pero también contaremos con nuestra propio generador de electricidad en caso de fallas eléctricas, un pequeño reservorio de agua en caso de escases de agua, gas centralizado para las duchas, cocinas, bares y aéreas que lo necesiten.

Para el manejo de los desechos (basura) se tendrá un cuarto aislado dentro de la isla en el cual se realizara la clasificación de los desechos para posteriormente ser transferidos al continente por vía marítima o terrestre tres veces por semana manteniendo el ornato del hotel, la playa y la ciudad.

3.2.5 Situación Legal y Regulaciones Municipales aplicables

La situación legal para nuestro proyecto realmente no existe ya que no hay una ordenanza que prohíba o favorezca a nuestro proyecto, por lo tanto nosotros hemos considerado que nuestros problemas legales podrían ser en cuestiones ambientales a pesar de que se realizara un correcto manejo de desechos y antes de ser un problema engalanaría la ciudad.

Debido a que no existe una ordenanza municipal en cuestión de construcción en el mar, nosotros no tenemos algún tipo de regulación aplicable, hasta que el proyecto sea presentado al municipio y este sea aprobado, por lo tanto no existe un avalúo comercial. El terreo pertenece a la municipalidad del cantón, su tipo de zona sería marítimo y en cuestión de construcción se restringiría a la altura máxima de las edificaciones de la ciudad, con una altura máxima de hasta 19 pisos y sin línea de fabrica ya que no vecinos inmediatos, y futuros cambios en nuestra zona serian muy poco probables.

3.3 *Análisis de Vecindario*

La ubicación de nuestro proyecto es en mar como principal vecindario nosotros tenemos todo el sector del hotel Howard Johnson esto está ubicado en el km 15 sector de Barbasquillo, el área del nuevo desarrollo turístico. Junto al barrio residencial Umiña a cinco minutos de la principal zona administrativa y financiera de la ciudad, y cerca del centro comercial Coco Manta y del Malecón Escénico, principal centro de atracciones turísticas de Manta.

Barbasquillo es una playa con acantilados que le dan una maravillosa vista escénica. Esta atractiva y hermosa playa que se distingue por su suave oleaje, por sus transparentes aguas y una arena muy fina color gris; es el espacio ideal para la práctica de varias actividades como el jet ski, windsurf, montar a caballo, nadar o jugar voleibol o fútbol.

En nuestro sector la disponibilidad de tierras es poca ya que nuestro proyecto es el único espacio en el mar que se puede utilizar a más de eso en la zona ya de la playa ya no existe mucho.

❖ **Proyectos a futuro y futura competencia existen los siguientes:**

Al menos cuatro nuevos proyectos hoteleros se edificarán en Manta a partir de este 2011. Se busca satisfacer la demanda de plazas hoteleras en la ciudad, que a la fecha llegan a 5.200 camas repartidas en 94 hoteles, hostales y otros.

Buena Vista, Las Gaviotas 2, María Fernanda, hotel Boutique María Isabel, entre otros se empezarán a construir este año. Además está en proyecto la nueva torre del hotel Oro Verde. Se anuncia también la llegada de la cadena hotelera Royal De Cameron, aunque aún no está especificada la ubicación.

Entre los que ya se construyen resalta el Hotel Boutique María Isabel, ubicado en la avenida 25 y calle M1.

❖ **Clima**

El Clima de Manta es desértico y su precipitación anual oscila entre los 200 a 250 mm anuales. Tal como es el caso en la costa ecuatoriana, aquí hay dos estaciones: la lluviosa (de Enero a Abril) y la seca (la que cubre el resto del año). En la temporada de lluvias Manta recibe casi el 80% de su totalidad de pluviosidad anual. Sus temperaturas como en toda ciudades a la cercanía del ecuador terrestre promedia entre los 27° y 31°C máximo y entre 15° y 19°C como mínimo.

• **Principales generadores de demanda:**

❖ **Playas**

✓ **Playa urbana de Barbasquillo.**

Al sur está Barbasquillo, una playa con acantilados que le dan una maravillosa vista escénica. Cerca de allí se construyen hoteles de importantes cadenas hoteleras.

✓ **Playa urbana de Los Esteros.**

Los Esteros es una playa amplia y tranquila. Los turistas pueden ver la llegada de las embarcaciones pesqueras y encontrar peces aún vivos.

✓ **Playa urbana de Tarqui.**

En Tarqui se encuentra el Parque del marisco (una red de restaurantes). Aquí se puede dar gusto al paladar con la mejor comida manabita preparada con mariscos frescos. Además esta playa es la más extensa de Manta en donde el pescador artesanal vende su producto para el procesamiento de atún. Aquí también se encuentra el Astillero.

✓ **Playa rural de San Mateo**

La punta de San Mateo forma un promontorio no muy alto, pero ancho, dando lugar a la formación de la bahía de Manta donde se encuentra el puerto marítimo.

✓ **Playa rural San Lorenzo**

En la zona rural de Manta se encuentran hermosas playas que por su tranquilidad y clima se han transformado en una opción más para el turista que busca disfrutar de un lugar apartado del movimiento de la ciudad.

❖ **Aeropuerto**

El aeropuerto Eloy Alfaro se encuentra ubicado a 20 minutos de nuestro proyecto y este es uno de los factores de mayor demanda de nuestros clientes.

❖ **Puerto**

La actividad pesquera además dio origen a la presencia de la banca e industria como base para la expansión de los mercados y la creación de fuentes de trabajo, así como la creación de importantes Asociaciones

Pesqueras que por primera ocasión organizaban a los dueños de embarcaciones.

En la actualidad existen más de 300 barcos industriales con capacidad para más de 2000 toneladas métricas, así como un promedio de 3.000 fibras artesanales, que unidas a las decenas de barcos camaroneros constituyen la mayor flota pesquera del Ecuador. Aportando el 7% del PIB del país, siendo Manta un puerto abierto al mar, sin canales de ingreso en donde la entrada es todo el mar y el barco puede entrar del Norte y el Este.



- **Empresas**

Es uno de los puertos marítimos más importante del país, además, Manta es una de las ciudades económicamente más dinámicas debido a su relativamente desarrollada industria pesquera, donde sobresale la pesca del atún. También destacan empresas de aceites vegetales y maquiladoras.

Las 10 mejores empresas de Manabí:

- ✓ La Fabril
- ✓ Emelmanabí
- ✓ Industria ecuatoriana productora de alimentos (INEPACA)

- ✓ Conservas Isabel Ecuatoriana S.A.
- ✓ “EL CAFÉ” C.A.
- ✓ SEAFMAN
- ✓ Eurofish
- ✓ DIPAC
- ✓ Molinera Manta
- ✓ Atunera de Manta S.A. ATUMSA

170 pequeñas industrias al año 2008, un estimado de 260 a la actualidad.

- **Hospitales y centros de salud de la zona:**

De acuerdo a datos del Ministerio de Salud en la ciudad de Manta de desarrollaron el 21.2% de todas las atenciones médicas de la provincia, siendo también la más atendida en este campo. El equipamiento está conformado por:

- ✓ Hospital Rodríguez Zambrano
- ✓ Área de Salud N°2 Centro de Salud Manta
- ✓ Hospital del IESS Manta
- ✓ Sub centro de Salud de la Parroquia San Lorenzo
- ✓ Sub centro de Salud de la Parroquia Santa Marianita
- ✓ Ala de Combate N° 23 de Manta.
- ✓ Cuerpo de Bomberos
- ✓ Defensa Civil
- ✓ Cruz Roja

- **Estado de las vías**

La comunicación al Puerto de Manta se la mantiene a través de los sistemas de carreteras, vías navegables y aeropuertos.

Distancias	Guayaquil	190 km
	Quito	400 km
	Cuenca	446 km
Al Oriente	Manta – Quito – Pto. Orellana	800 km
	Manta-Quito-Latacunga-Pto. Orellana	550 km
	Manta-Guayaquil-Pto. Zamora	600 km

Vía Costanera conecta al Puerto de Manta con todos los Puertos, sectores de la producción, la Ruta del Sol, del Surf, Spondylus, y destinos turísticos del Ecuador

3.4 Análisis del área del mercado

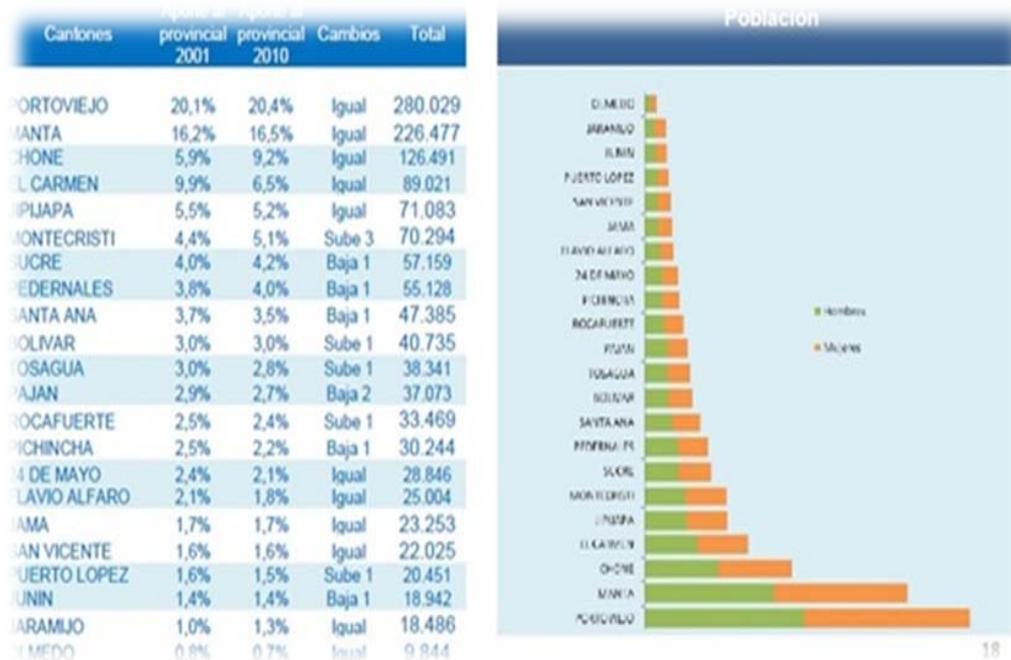
Terrestre.

Ciudades	Tiempo	Distancia
QUITO-MANTA	6 HORAS	353 Km
GUAYAQUIL-MANTA	3 HORAS	199 Km
CUENCA-MANTA	6 HORAS	409 Km
AMBATO-MANTA	5 HORAS	376 Km

Aéreo

CIUDAD	TIEMPO
QUITO-MANTA	45 MIN
GUAYAQUIL-MANTA	45 MIN
CUENCA-QUITO-MANTA	45 MIN
AMBATO-MANTA	NA

- **Información Económica demográfica**



Tiene 226.477 habitantes en todo el cantón, centrándose en el área urbana de la ciudad del mismo nombre una población de 217.553 habitantes (Censo INEC 2010). Aunque bien en datos reales de población, se determina una aglomeración urbana y conurbación formada con las ciudades de Montecristi y Jaramijó, así con las áreas suburbanas de las mismas, con lo que Manta llega a tener una población real actual para el 2010 de 307.450 habitantes. Además Manta es considerada parte de la Gran Conurbación Manabí-Centro que incluyen los cantones de Portoviejo, Manta, Montecristi, Santa Ana, Rocafuerte y Jaramijó que le dan una población total de 676.140 habitantes.

- ✓ **Condiciones Demográficas**

La tasa de natalidad de Manabí es bastante alta, gran parte de la población se encuentra en el sector rural pese al crecimiento acelerado de la

población urbana. Los habitantes de esta provincia son relativamente jóvenes. El fenómeno migratorio registra tasas muy elevadas, cuyos destinos son básicamente Guayas y Pichincha.

✓ Distribución por edad

Esta variable proporciona la distribución de la población según la edad. Se incluye información por sexo y grupo de edad (0-14 años, 15-64 años, 65 años y más). La estructura de edad de una población afecta los problemas socioeconómicos claves de una nación. Los países con poblaciones jóvenes (alto porcentaje menores de 15 años) tienen que invertir más en escuelas, mientras que los países con poblaciones de edad avanzada (alto porcentaje de 65 años de edad o más) tienen que invertir más en el sector de la salud. La estructura de edad también se puede utilizar para ayudar a predecir posibles problemas políticos. Por ejemplo, el rápido crecimiento de una población de adultos jóvenes que no pueden encontrar empleo puede dar lugar a disturbios.

✓ Población urbana vs población rural

Provincias	Porcentaje nacional 2001	Porcentaje nacional 2010	Cambios	Total
Guayas	25,3%	25,2%	Igual	3.645.483
Pichincha	17,3%	17,8%	Igual	2.576.287
Manabí	9,8%	9,5%	Igual	1.369.780
Los Ríos	5,3%	5,4%	Igual	778.115
Cuay	4,9%	4,9%	Igual	712.127
Oro	4,3%	4,1%	Igual	600.659
Esmeraldas	3,6%	3,7%	Sube 3	534.092
Tungurahua	3,3%	3,5%	Baja 1	504.583
Chimborazo	3,3%	3,2%	Igual	458.581
Loja	3,2%	3,1%	Baja 2	448.966
Cotacachi	2,9%	2,6%	Igual	409.205
Imbabura	2,8%	2,7%	Igual	398.244
Santo Domingo	2,4%	2,5%	Igual	368.013
Santa Elena	2,0%	2,1%	Igual	308.693
Cañar	1,7%	1,6%	Igual	225.184
Solvar	1,4%	1,3%	Igual	183.641
Cucumbios	1,3%	1,2%	Sube 1	176.472
Carchi	1,1%	1,1%	Baja 1	164.524
Morona Santiago	0,9%	1,0%	Igual	147.940
Trellana	0,7%	0,9%	Igual	136.396
Sapo	0,7%	0,7%	Igual	103.697
Simora Chinchipe	0,6%	0,6%	Igual	91.376
Pastaza	0,5%	0,6%	Igual	83.933
Sátipagos	0,2%	0,2%	Igual	25.124



El cantón Manta tiene una superficie de 292,89 Km², con un Área Urbana de 6.049,23 Hectáreas, y un Área Rural de 23.239,77 Hectáreas Los datos del último

censo de Población y vivienda del 2001 establecen una población total para el Cantón Manta de 192.322 habitantes con una tasa de crecimiento de 3.4 que está sobre la media nacional. La población urbana llega a 183.105 habitantes y la rural 9.217 habitantes, existiendo en ello un porcentaje importante de los llamados habitantes periféricos que por la cercanía y dependencia con el área urbana pueden considerarse como insertos en el. En porcentaje, la población urbana del Cantón constituye el 95,21% lo que determina un cantón prominentemente urbano, con una población económicamente activa dedicada en un porcentaje del 54,57 % a actividades del sector terciario, en detrimento del sector primario que ocupa solamente el 11,18%.

3.5 Análisis de la oferta

Para analizar nuestra oferta, nosotros usamos la metodología de visita a diferentes hoteles y de igual manera realizamos llamadas telefónicas. Gracias a esto nosotros hemos identificado como nuestra principal competencia a los hoteles Oro Verde, Howard Johnson.

PLANTA TURÍSTICA DEL CANTÓN MANTA									
ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO REGISTRADOS HASTA DICIEMBRE DEL AÑO 2011									
TIPO	ESTABL ECIMIE NTOS (NUMER O)	HABITACIO NES (NUMERO)	PLAZ AS CAMA S	CATEGORIA (número)					
				LU JO	PRIM ERA	SEGU NDA	TERC ERA	CUA RTA	** OTR OS
HOTELES	25	987	2120	2	7	7	6	1	0
HOTELES RESIDEN CIA	4	144	347	0	0	0	2	2	0
HOTEL APARTA	5	97	303	0	3	2	0	0	0

MENTO									
HOSTALES	38	538	1385	0	7	20	11	0	0
HOSTALES RESIDENCIALES	19	245	576	0	1	3	15	0	0
HOSTERÍAS	7	90	290	0	4	2	1	0	0
CABAÑAS	3	21	58	0	1	1	1	0	0
PENSIONES	1	8	16	0	1	0	0	0	0
MOTELES	2	40	80	0	0	0	2	0	0
APARTAMENTOS TURÍSTICOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0
**OTROS	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	104	2170	5175	2	24	35	38	3	102

	Hotel Oro Verde	Hotel Howard Johnson	Hotel Balandra
Ubicación	Malecón y calle 23 – Manta	Km1.5 Vía Barbasquillo-Manta	Av. 7 calle 20
Capacidad alojamiento	250 pax	250 pax	80 pax
% de ocupación	-	-	-
Calidad percibida (1-5)	3.5	4	4
Fecha de apertura	1998	2004	1997
Tipo de administración	Independiente	Independiente	Propietario
Imagen(mala,regular,buena, excelente)	Buena	Buena	Buena
Acceso y visibilidad	Excelente	Buena	Buena
Condición física(1-5)	4	4	4
Segmento de mercado	Alto – medio alto	Alto-medio alto	Alto- medio alto
Porcentaje que llega por reserva	-	-	
Generadores de demanda	Malecón/playa/aeropuerto/puerto	Malecón/playa/aeropuerto/puerto	Malecón/playa/aeropuerto/puerto
No habitaciones	82 hab	100 hab	31 hab
❖ Simples	Si	Si	Si
❖ Dobles	Si	Si	Si
❖ Suites	Si	Si	No
❖ Otras	Master suite	-	Si
Salas convenciones	3	4	2
❖ Capacidad total	500 pax	400 pax	80 pax
Numero de restaurantes	2	1 restaurante - 2 bares	1
❖ Capacidad total	250pax	100pax	60 pax
Amenidades			
❖ Gimnasio	Si	Si	Si
❖ Piscina	Si	Si	Si
❖ Sauna	Si	Si	Si
❖ Jacuzzi	Si	Si	No
❖ Bar	Si	Si	Si
❖ Mini bar	Si	Si	Si
Servicio de Catering externo	Si	Si	No
Room Service	Si	Si	Si
Precio promedio habitación	200	210	107
Cheque promedio de restaurante	18 - 20	18-20	18-20
Estacionalidad Semanal	Variable	Variable	Variable
Mensual	Variable/ feriados	Variable/ feriados	Variable/ feriados
Mensual	Variable/ feriados	Variable/ feriados	Variable/ feriados
Anual	Variable	Variable	variable
¿Qué tendencias ven?	A mejorar	A mejorar	Mantenido

- **Competencia secundaria**

A continuación presentamos una lista de competencia secundaria de la ciudad de manta, que no son competencia directa para nosotros, pero se encuentran en el mercado hotelero, y nos sirve conocerlos para poder saber

un porcentaje estimado de gente que viene a manta y se hospeda en estos hoteles.

- ✓ Hotel las gaviotas
- ✓ Hotel Barbasquillo
- ✓ Hotel Nazo
- ✓ Hotel Costa Del Sol
- ✓ Hotel Mar Azul
- ✓ Hotel Playa Murciélago

- **Futura competencia y amenazas**

Manta al ser una de las ciudades más importantes del Ecuador, muchos inversionistas nacionales como extranjeros tienen planes para realizar proyectos en la ciudad tales como:

La construcción de un nuevo hotel Boutique por el grupo Carranza, ubicado en la zona hotelera de manta, además de la posible aprobación del proyecto de la construcción de un hotel en la costa de manta, en el lugar llamado la fosa, que lo realizaran inversionistas Canadienses

3.6 Análisis de la demanda

De acuerdo a los cálculos obtenidos en el análisis de la demanda basado en el número de visitantes que vienen a la ciudad de Manta y se hospedan en hoteles de lujo es de 59.769 pax al año con una demanda latente del 10% es decir que no saben a dónde llegar exactamente y los consideramos como walk-in esta demanda latente está conformada por la demanda no acomodada que se forma por viajeros que postergan sus viajes o a cambiar de lugar de hospedaje, teniendo en Manta a esta demanda con un porcentaje del 5%. La demanda inducida es la otra parte que conforma la demanda latente con un 15% es decir esta misma cantidad de gente es atraída por el área del mercado por consiguiente se dirigen a lugares que mejor cosas le ofrezcan por eso es necesario tener un marketing agresivo.

En conclusión por todos los datos calculados, mencionados y que se demostrarán en la tabla a continuación que nuestra tarifa promedio es de \$275 dólares por habitación. Por lo tanto se justifica la apertura de un hotel de 72 habitaciones en esta ciudad basándonos en la demanda ya que es de 8.965 por año.

<i>Hotel Data</i>				<i>Demand (Room Nights)</i>					
Hotel	Rooms	Fair Share	Market Share	ADR	OCC%			Total	PI
Oro verde	82	38,5%	35,1%	350	70,0%			20.951	0,91
Howard Johnson	100	46,9%	48,9%	250	80,0%			29.200	1,04
Balandra	31	14,6%	16,1%	180	85,0%			9.618	1,11
Total	213	100,0%	100,0%		76,9%	0		59.769	
Area-Wide Occ%	=	Total Room Nights Sold				=	78,3%		
		Room Nights Available							
Area-Wide ADR	=	Sum of (Market Share x ADR)				=	273,79		
DEMANDA LATENTE TOTAL		10%							
DEMANDA NO ACOMODADA		5%							
DEMANDA INDUCIDA		15%	8965						

3.7 Estudio de penetración de mercado, share of market y % de ocupación.

MARKET ANALYSIS OF "NALU KAI HOTEL"									
Hotel Data				Demand (Room Nights)					
Hotel	Rooms	Fair Share	Market Share	ADR	OCC%			Total	PI
Oro verde	82	38,5%	35,1%	350	70,0%			20.951	0,91
Howard Johnson	100	46,9%	48,9%	250	80,0%			29.200	1,04
Balandra	31	14,6%	16,1%	180	85,0%			9.618	1,11
Total	213	100,0%	100,0%		76,9%	0		59.769	
Area-Wide Occz									
=	Total Room Nights Sold				=	78,3%			
	Room Nights Available								
Area-Wide ADR									
=	Sum of (Market Share x ADR)				=	273,79			
SG's Fair Share (Oro verde)									
=	SG's Rooms				=	38,5%			
	Total Rooms								
Oro Verde Penetration Index									
=	Oro Verde Occ				=	0,911			
	Area Occ								
Oro Verde Penetration Index of Individual Market									
=	PP Indiv Rms Sold/PP Total Rms Sold				=	0,911			
	Area Indiv Rms Sold/Area Total Rms Sold								

3.8 Pronostico de ingresos y gastos

En nuestro proyecto tenemos una tasa de retorno del 18% de nuestra inversión en la que consta costos operativos, operacionales, administrativos, teniendo así ingresos netos al final del decimo año de \$41'635.384 y con gastos pronosticado al finalizar el mismo año 10 de \$ 8'782.357.

3.9 Análisis de la rentabilidad del proyecto

Nosotros según nuestro análisis financiero tenemos pronosticado invertir alrededor de \$ 30'000.000 millones de dólares para la elaboración en donde incluyen los costos de producción, operación, manteniendo, instalaciones mecánicas, eléctricas, sistemas, potables, alcantarillado y calculamos según nuestro análisis recuperar la inversión en 10 años por lo que es un proyecto a largo plazo. Lo que también hemos visto es que si la inversión supera el monto antes mencionado de \$ 30000000 el proyecto no sería factible en ninguna circunstancia a menos que exista una elevación de capital de turismo lo suficientemente grande para lograr un incremento de demanda.

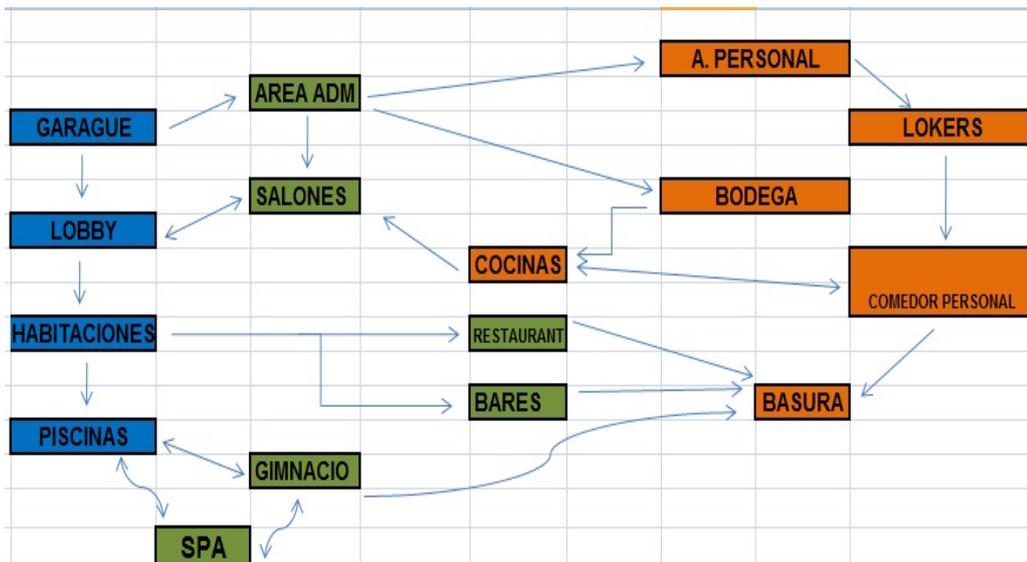
4. Diseño y arquitectura.

Planos anexados al final del proyecto.

4.1 Programa de espacio

	m2
Parqueaderos y circulación vehicular	1588,22
Instalaciones	571,83
Área verde	955,22
Salas de conferencia y auditorio	300,33
Área de restaurantes	388,03
Cocina y servicios	330,13
Hall principal	298,68
Área administrativa	28,11
Área de recreación	144,99
Habitaciones	3436,8
Área de estar y circulación	3258,16
Total	11300,5

4.2 Diagrama de relajación espacial



4.3 . Guestroom Floor

4.3.1 Eficiencia de guestroom área

El edificio del hotel Nalu Kai cuenta con un área de construcción de 11300,5 metros cuadrado, que está distribuida en un 30,41% en el área de habitaciones,

teniendo en cuenta que tiene un área de corredores amplios y espaciosos de un 28,83%.

Al tener dos restaurantes más los dos bares, nosotros hemos considerado un 3,4% del área como un porcentaje adecuado para la implementación de estos.

El Hotel Nalu Kai al ser un ícono turístico y arquitectónico esperamos una gran afluencia de clientes y personas que desean conocer nuestras instalaciones, por esta razón hemos decidido, ocupar un 14,05% en el área de parqueaderos.

4.3.2 Definición de guestroom room

Nuestras habitaciones en cuanto a lo arquitectónico, son muy eficientes, ya que son tipo espejo para así poder sacar un beneficio económico, ya que de esta forma el mantenimiento o en caso de tener que realizar una reparación, serian mucho más fácil realizarla.

Las Habitaciones están distribuidas 6 suites, 14 habitaciones ejecutivas, 4 mini suites, 22 habitación simples, 14 dobles y 12 habitaciones triples. Todas las habitaciones tendrán; televisión con cable, mesa de reposo, teléfono, baño privado con agua caliente, tina, secadora de pelo, regulador de luz y de clima, conexión a wi-fi,

4.3.3 Guest room design

Nuestro hotel va a ser diseñado basándose en tendencias vanguardistas, manteniendo la seriedad y sobriedad que él mismo requiere, los colores que se van a emplear en el edificio son en su mayoría la gama de blancos ya que necesitamos que nuestras habitaciones sean sobrias y elegantes, por otra parte nuestras habitaciones constan de una muy buena iluminación tanto natural como artificial ya que cuentan con ventanas muy amplias las cuales permiten que la luz solar ilumine la habitación, y nuestros huéspedes puedan gozar de su excelente vista tanto como el mar como del la ciudad.

4.4 Public space design

Los espacios públicos del hotel Nalu Kai son sitios amplios y cómodos para el ingreso de nuestros clientes, la experiencia Nalu Kai empieza desde el momento

en que se inicia nuestro relleno, el cual es nuestra vía de acceso la misma que es amplia y cómoda para que los autos puedan transitar sin tener problema y sin sentirse estrechos, al momento de entrar a los parqueaderos aquí se encontraran con la seguridad y nuestros empleados los cuales les dirigirán a los parqueaderos designados.

Todo lo que se refiere a áreas públicas tiene y mantienen el estilo del hotel teniendo como prioridad el espacio para que nuestros huéspedes se sientan de la mejor manera y así se pueda llegar a cumplir con la experiencia que el cliente quiere vivirla dentro de nuestro hotel.

4.5 Back of the house

Toda esta área estará distribuida en el primer piso de nuestra empresa, estando destinado un 20% del área total, ya que es muy importante un buen diseño de estas estaciones para que exista una eficiencia el manejo de estas áreas en relación con servicios de front of house y habitaciones.

Sus áreas principales son:

- ✓ Oficinas de administración
- ✓ Preparación de alimentos y almacenamiento
- ✓ Área de recepción de mercadería, basura y almacenamiento general
- ✓ Área de empleados
- ✓ Lavandería y Housekeeping
- ✓ Ingeniería y área de mecánica

4.5.1 Descripción de la cocina

Cada restaurante de nuestro hotel posee su propia cocina que consta de sus menaje correspondiente como freidora, parrilla, campan, cocina, utensilios de cocina, ollas, mesones para conseguir que nuestros platos cumplan con los estándares de tiempo como de calidad. Tendrán sus instalaciones centralizadas de agua, gas, y luz.

4.5.2 Área de bodegas

Estas áreas son muy importantes, y por esto a su diseño tiene que prestarse mucha atención, ya que su diseño tiene que ser muy eficiente para ganar tiempo y dinero, ya que tiene que ser eficiente en cuanto a las distancias ya que deben ser lo más cercanas posibles por cuestión costos, tiempo y eficiencia.

4.5.3 Oficinas Administrativas

Las oficinas administrativas son muy importantes, ya que su diseño puede influir mucho en la impresión que se llevara el cliente, lo mismo que afectara el momento de decisión.

Las áreas administrativas se dividen en cuatro grupos: front desk and front office, executive office, ventas y catering, y contabilidad.

- **Front Desk y Front Office**

Esta es el área más grande ya que esta prevista de:

- ✓ Front desk: registro y caja
- ✓ Front office work área: área de trabajo de front desk, tiene fax, mail, copiadora, etc.
- ✓ Front office manager: área privada
- ✓ Reservations and telephones: un área separada acústicamente. Además incluye monitoreo de alarmas y sistemas de seguridad
- ✓ Reservations manager
- ✓ Safe deposit area
- ✓ Counting room: área donde se cuentan las facturas de F&B y almacenes; está directamente conectada con la caja.
- ✓ Fire control room: tiene panel con alarmas de emergencia
- ✓ Support functions: para guardar toallas, abrigos, almacenamiento y despensa.

- **Executive Office**

Es la más pequeña de las cuatro áreas

- ✓ Área de recepción: Debe tener área de espera, sillones, escritorio.

- ✓ Gerente general: oficina privada
- ✓ Secretarias para cada departamento
- ✓ Sala para conferencias (8-10 pax)

- **Ventas y Catering**

Este departamento está encargado de los eventos y encuentro de negocios que se llevaran a cabo en nuestro hotel.

- ✓ Recepción
- ✓ Director de ventas
- ✓ Representantes de ventas
- ✓ Gerente de catering, banquetes, convenciones.
- ✓ Sala de conferencias
- ✓ Secretaria

- **Contabilidad**

Está localizada cerca del front desk, y estará encargada de llevar los registros contables del hotel.

- ✓ Controller: oficina privada
- ✓ Auditor: semi-privada
- ✓ Cajero: oficina con ventanas pero bastante seguridad (alarmas)
- ✓ Contadores: áreas de trabajo
- ✓ Área de contabilidad: se va a tener cubículos para secretaria y demás empleados

4.5.4 Recepción, Basura

En la parte trasera del hotel estará ubicada la recepción de alimentos y cualquier cosa que necesite el hotel para desde ahí poder enviarla a cualquier parte que sea necesaria o haya hecho el pedido. De esto estará encargado 2 persona que administraran lo que es bodegas.

En cuanto la basura tendrá su propio lugar de almacenamiento fuera del hotel para que exista una fácil recolección de esta y no se convierta en una molestia para los clientes, esta será recolectada 2 veces por semana y si es necesario existirá una tercera, para evitar malos olores y plagas.

4.5.5 Área de empleados

Es una de las áreas más importantes del back of the house, aquí se encuentra los lockers, oficinas de recursos humanos, baños vestidores, comedor de personal. Esto también estará en la parte trasera del hotel para la comodidad de los empleados, ahí ellos podrán dejar sus cosas y pueden arreglarse para su trabajo, de la misma manera al salir de este, puede tomar una ducha y prepararse para su salida. También ahí se servirán la comida, y tendrán su área de descanso.

4.5.6 Lavandería y housekeeping

La lavandería junto con housekeeping está en el primer piso en la parte trasera de nuestro hotel para evitar los sonidos de las maquinas, ahí también estarán ciertos productos de limpieza que serán utilizados para la limpieza, mantenimiento de las habitaciones y para el uso de la lavandería. En esta bodega también estarán los amenities en gran número los cuales serán puestos en las pequeñas bodegas que están en cada piso, para facilitar el trabajo de camareras.

4.5.7 Mantenimiento

Esta área se encargara de mantenimiento, reparación mecánica y eléctrica trabajando las 24 horas del día para lograr el trabajo optimo del hotel, los equipo humanos, se encargan de las fachadas como la pintura, limpieza de vidrios, desgaste de suelos, fugas, tuberías, y mantenimiento de los ascensores .

5. Programa de Alimentos y Bebidas

Restaurantes y su menú

❖ Restaurante Ocaso

Restaurante Ocaso es el restaurante casual de nuestro hotel que ofrece servicio de comida típica de la provincia de Manabí y el Ecuador; el cual va a estar a disposición de nuestros huéspedes y público en general. Este restaurante tiene el concepto de cabaña de playa y hace que nuestros comensales se sientan en ese ambiente tropical.

La carta de este restaurante va comprender de los siguientes platos:

- ✓ Platos típicos de Manta
- ✓ Platos típicos de la Región Costa
- ✓ Platos típicos del Ecuador

❖ **Restaurante ATRIO**

Restaurante ATRIO es el restaurante de cocina gourmet, el cual está enfocado en brindar un servicio de primera junto con las delicias que la comida gourmet nos brinda. Teniendo como concepto una comida elaborada y de tendencias vanguardistas. Este restaurante va de la mano con el estilo de nuestro hotel.

Atrio Restaurante estará ubicado en una parte estratégica de nuestro hotel para que se pueda complementar el servicio y la delicadeza de nuestros platos con la vista espectacular del océano pacifico y de la ciudad de manta.

La carta comprenderá de los siguientes platos:

- ✓ Platos de gastronomía Italianos
- ✓ Platos de gastronomía Francesa
- ✓ Platos de gastronomía Española
- ✓ Platos de gastronomía Asiática

• **Catering y su menú**

El catering del hotel será muy sencillo pero a la vez elegante; con esto nos referimos a que no tendremos gran variedad de platos sino que solamente los necesarios con lo que se cumplan las necesidades de clientes. A demás de que será más personalizado, ya que el cliente se encargara de formar su menú para su respectivo evento por supuesto con nuestro respectivo asesoramiento para mantener nuestra imagen.

Nuestro menú de eventos contara con platos fríos y calientes como es en:

- ✓ Bocaditos para cocteles

- ✓ Entradas especiales
- ✓ Platos fuertes(mariscos, carnes blancas, rojas)
- ✓ Bebidas(alcohólicas y no alcohólicas)

- **Costos y precios de venta A&B**

Los costos de precio de venta del departamento de A&B son elevados y por lo tanto el nuestro no va ser la excepción. Vamos a contar con dos restaurantes cada uno con su propio menú para satisfacer así a todos los tipo de huéspedes; de igual manera en cuestión entretenimiento ya que contamos con dos bares y una discoteca; es por esto que en el anexo al final del proyecto se ha hecho un análisis financiero en general en el que se demuestran ingresos y gastos en todas las áreas de A&B.

6. Recursos Humanos.

- **Cultura Organizacional**

Es nuestro compromiso prestar servicios de alojamiento, eventos, restaurante y complementarios que cumplan con los requisitos de nuestros clientes, las disposiciones legales y los estándares del sector.

Manteniendo un equipo humano competente y consciente de la importancia que tienen los principios de la calidad. Teniendo claro que solamente trabajando en equipo, mejorando continuamente nuestros procesos; podremos garantizar un servicio eficiente, amable, personalizado y confiable, que permitirá el desarrollo equilibrado de nuestro hotel en todas las perspectivas estratégicas; previniendo daños, deterioro de la salud de nuestros empleados y cumpliendo las expectativas de todos los interesados.

Tendremos una cultura organizacional basada en valores, con creatividad, espíritu innovador, soporte tecnológico interno y compromiso social cultural que permitirán garantizar la promesa comercial, la conservación de la estructura, los costos y una rentabilidad razonable.

Además estaremos comprometidos con la preservación del medio ambiente, la promoción y protección del patrimonio cultural, la mejora en la calidad de vida de nuestros empleados y los habitantes de la región.

✓ **Reclutamiento**

El proceso de reclutamiento es un método utilizado en la mayoría de las organizaciones que consiste en un conjunto de técnicas y procedimientos orientados a atraer candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro de la organización.

Para lograr su cometido, el reclutamiento debe atraer suficientes candidatos para abastecer de modo adecuado el proceso de selección. Además, consiste en realizar actividades relacionadas con la investigación e intervención en las fuentes capaces de proveer a la empresa el número suficiente de personas para conseguir los objetivos.

El reclutamiento exige una planeación rigurosa constituida por una secuencia de tres fases:

- ✓ Investigación interna sobre las necesidades
- ✓ Investigación externa del mercado
- ✓ Métodos de reclutamiento por aplicar

En este caso como nuestro hotel es nuevo se va a realizar un reclutamiento externo ya que no se posee con una plantilla de empleados para poder realizar la otra opción de reclutamiento que es el interno con personal del mismo hotel, los procesos de reclutamientos estarán a cargo de la dirección de recursos humanos ya que se debe llevar a cabo una selección estricta con personal previamente calificado y con experiencia en atención al cliente.

Cuando el hotel ya esté en funcionamiento y se necesite hacer otro llamado para vacantes de puestos se hará tanto interno como externo ya que así damos una oportunidad clara para que nuestros empleados puedan

aprovechar de esto y postularse para esas vacantes y así poder mejorar su cargo dentro del hotel ya que de esta forma nos ayuda a nosotros a que el equipo que trabaja con nosotros cada vez se haga más fuerte y de la misma forma cada vez se sientan más involucrados con la organización.

La convocatoria para el reclutamiento se lo va hacer mediante los periódicos de circulación nacional y de empresas que se encargan de buscar profesionales que estén en la línea que el hotel necesita, por otra parte se en algunas de las áreas se llamara a gente de la zona para que puedan entrar a ocupar cargos dentro de nuestro hotel.

Los puestos o cargos que se va a realizar la convocatoria de reclutamiento serán los siguientes:

- ✓ Gerente de Ventas
- ✓ Sub Gerente
- ✓ Gerentes de Turno
- ✓ Camareras
- ✓ Recepcionistas
- ✓ Chef Ejecutivo
- ✓ Chef de Partida
- ✓ Meseros
- ✓ Personal de Cocina (prioridad gente de la zona)
- ✓ Personal de Seguridad
- ✓ Personal de Limpieza
- ✓ Botones
- ✓ Relacionista Publico
- ✓ Contador
- ✓ Ayudante de Contabilidad
- ✓ Director de Marketing
- ✓ Jardineros
- ✓ Personal de Mantenimiento
- ✓ Encargado de Compras

- ✓ Personal de Lavandería
- ✓ Selección de Personal

La parte de selección de personal se la va a realizar mediante pruebas de conocimiento, psicológicas y al final de la evaluación se va a realizar la entrevista personal con la persona que va a estar encargada del departamento de recursos humanos. Las personas que entren después de esta selección serán puestas a prueba los tres primeros meses donde recibirán la capacitación en el primer mes para ver si encajan en los puestos designados.²

La prueba psicológica que se va a realizar con un test que va a contener lo siguiente:

- ✓ 9 rasgos de la personalidad relacionados a la venta: analista/experto, adaptación, relaciones/empatía, anticipación, decisión intuitiva, gusto sobre el terreno, control de sí mismo, competición, persuasión/elocuencia.
- ✓ 5 dimensiones del comportamiento: Análisis/Anticipación, Resistencia, Sociabilidad, Afirmación de sí mismo, Espíritu de iniciativa.
- ✓ 4 ramas profesionales: Acción Comercial, Fuerza de ventas, Relación cliente, Técnico-comercial.
- ✓ Los factores que más destacan de su perfil.
- ✓ Su posicionamiento en relación a 10 grupos de profesiones que representan los principales oficios del comercio, de la distribución y del marketing.

- **Capacitación**

Dentro de nuestro hotel y dentro de la organización se llevarán a cabo capacitaciones semestrales a nuestros empleados para lograr un 100% en calidad y atención al cliente y así de ese modo poder brindar la mayor experiencia del turista dentro de nuestro establecimiento, la capacitación la llevará a cabo una empresa contrata por el departamento de recursos humanos que mantendrá a nuestros empleados al día en las últimas

² La descripción de puestos de los empleados se encuentra anexo al final del proyecto

características que debe tener el servicio al cliente y el poder afrontar problemas de manera más rápida y eficaz dentro del hotel.

7. Plan de Marketing

Nuestro hotel va a manejar un plan de marketing agresivo que se va hacer a nivel nacional e internacional basándose en publicidad en televisión, radio y periódicos. A demás de esto vamos a entrar en las revistas de mayor circulación a nivel nacional donde se dará a conocer nuestra ubicación, los servicios que vamos a brindar y los medios de difusión que serán en las revistas especializados en turismo, así como también se va a tener publicidad colgada en páginas de opinión turística como son “despegar.com” que nos va ayudar a que la gente sepa cuál es el nivel de servicio que se brinda en nuestro hotel. Tendremos nuestra propia publicidad en las revistas de las tarjetas de crédito, en los estados de las tarjetas de crédito, convenios con agencias de viajes que estén a nivel internación y nacional.

Por otra parte contaremos con nuestra página web en la cual se mostrara mediante imágenes y videos nuestras instalación, además se podrá realizar reservas en línea desde cualquier parte del planeta porque contaremos con el sistema de reservas de distribución a nivel mundial GDS y el sistema de reservaciones centrales CDS dentro de nuestra página web.

Tendremos nuestro blog y nuestra página de facebook, twitter ya que hoy en día las redes sociales son una fuerte medio de publicidad.

Visión

Nuestro hotel quiere llegar en 5 años a ser el número uno del mercado de Manta y ser el mejor en nuestra categoría poniéndose sobre todos los hoteles que son nuestra competencia, ser una empresa consolidada, altamente competitiva, que responda a las más estrictas exigencias, buscando exceder las necesidades y expectativas de nuestros huéspedes en cuestión a servicio.

Misión

Establecernos como un icono Turístico para la ciudad de Manta como para el Ecuador con un personal altamente capacitado que nos va ayudar a proporcionar un valor agregado.

Objetivos

Objetivo Principal

Posicionar a nuestro hotel como uno de los mejores en el mercado a nivel nacional

Objetivos Secundarios

- Difundirnos en medios publicitarios para llegar lo más rápido posible a la mente de nuestros consumidores mediante una campaña de marketing agresiva.
- Crecer, expandirnos y dominar nuestro segmento de mercado bajo enfoques fundamentales como calidad, profesionalismo, servicio personalizado y mejoramiento continuo.
- Enfocar nuestras operaciones dentro del hotel en el mantenimiento ambiental y promoverlo

Fortalezas

- Primer hotel de construcción marítima del país.
- Hotel con mayor capacidad de recepción en el área de eventos y conferencias.
- Puerto para llegada de veleros.
- Icono de atracción turístico para la ciudad

Oportunidades

- Crecimiento del turismo en Manta y el Ecuador.
- Falta de locales para convenciones y eventos.
- Cliente busca nuevas expectativas

- Desarrollo económico y social de la ciudad

Debilidades

- Falta de personal capacitado en la zona
- Falta de aceptación en las tarifas
- Escases de personal cuando el hotel está en su ocupación total
- Costos de operación y mantenimiento altos

Amenazas

- Competencia directa cerca de nuestro hotel.
- Deterioro de la Economía en el País.
- Peligro de agujajes y fenómenos naturales que ocurren en el agua.
- Crecimiento hotelero de Manta

Producto

El producto que va ofrecer nuestro hotel es el paquete de servicios de alojamiento, de alimentos y bebidas; con el cual queremos llegar a cumplir con las expectativas de nuestros clientes ya que dentro de todos nuestros servicios vamos a tener servicio de habitación, servicio de limpieza, servicio de lavandería y en la parte de alimentos y bebidas vamos a contar con dos restaurantes, los cuales van a estar abiertos para personas que se encuentran alojadas en nuestro hotel y de personas que solo van de visita al hotel.

Como garantía de nuestros servicio va a ser los comentarios que dejan nuestros clientes en nuestra página web, en paginas asociadas al hotel que son de critica turística que son muy constructivas porque así futuros clientes van a saber que la calidad en nuestro servicio va ha ser mayor que el resto de nuestra competencia en ese sector.

Plaza

Para nosotros llegar a nuestro plaza de mercado vamos a utilizar las redes sociales, el internet, revistas publicitarias de hoteles, agencias de viajes como principales herramientas para llegarnos a ubicar en el mercado y ocupar una plaza importante dentro de la mente del consumidor y la ciudad.

Precio

El precio que vamos a tener en nuestro hotel es de \$366 dólares por habitación esto en lo que es hospedaje, por otro lado en lo que es alimentos y bebidas el cheque promedio que gastaran los huéspedes es de \$48.80 por persona estos precios pueden ser cancelados en efectivo, tarjetas de crédito. Las formas de pago en lo que es hospedaje se lo pueden realizar en efectivo, tarjetas de crédito, depósito bancario o por cuentas electrónicas como es Pay Pal esto lo realizaran por medio de la página web.

Promoción

Las promoción que va a manejar el hotel es la que mencionamos anteriormente en la mayoría de canales de difusión con los cuales vamos hacernos conocer e indicar los servicios que se van ofrecer así van a saber nuestros clientes nacionales como los internacionales.

En nuestro hotel vamos a tener varias promociones y descuentos en cuestión al precio con precios corporativos y los precios normales esto se va a manejar dependiendo el porcentaje de ocupación. En fechas importantes en como son días de la madre día del padre ser hará promociones para que nuestros clientes accedan a nuestros servicios.

Presupuesto

Anexo al final del proyecto.

8. Presupuesto total del proyecto

- **Relleno**

2000 metros cuadrados por 15 metros de profundidad esto es igual a 30.000 metros cúbicos, esto lo multiplicamos por \$20 dólares que es el costo de cada metro cubico de relleno nos da un valor de \$600.000 dólares.

- **Pilotes**

Para la construcción necesitamos 5.000 pilotes y el costo unitario de estos es de \$90 dólares instalados haciendo la multiplicación nos da un valor de \$450.000dólares

- **Edificio**

Tiene un aproximado de 8.130 metros cuadrados de construcción la cual tiene un valor de \$6.910.500 dólares, ya que en el mercado el costo de construcción de áreas de lujo es \$850 dólares por metro cuadrado. Tomando en cuenta que este precio incluye acabados, implementación y decoración. Por siguiente vamos a detallar los ítems que entran en este rubro:

- ✓ Camas
- ✓ Televisión
- ✓ Cuadros
- ✓ Salas lounge
- ✓ Tinas de mármol
- ✓ Mesas
- ✓ Adornos
- ✓ Tubería
- ✓ Cableado
- ✓ Televisión por cable

- ✓ Señal WI-fi en todas las habitaciones
- ✓ Alfombra
- ✓ Lámparas
- ✓ Iluminación de los ambientes
- ✓ Sillas
- ✓ Menaje de cocina
- ✓ Caja fuerte
- ✓ Bombas de agua
- ✓ Secadoras de cabello
- ✓ Amenities
- ✓ Maquinas de limpieza

9. Conclusión

Hemos llegado a la conclusión de que nuestro proyecto llegaría a ser factible debido a todos los análisis realizados anteriormente ya que las playas de Manta y sus alrededores son un punto turístico muy concurrido como se demostró en el proyectos, por lo tanto la construcción de un hotel de esta magnitud sería un icono pionero nacional turístico para el país creando grandes fuentes de empleo y mayor desarrollo económico del que ha tenido hasta ahora.

10. Anexos

Fuente:

CIA World Factbook - A menos que sea indicado, toda la información en esta página es correcta hasta el 11 de marzo de 2011

<http://www.turismo.gob.ec/>

http://www.inec.gov.ec/cenec/?TB_iframe=true&height=530&width=1100

http://www.ecuadorencifras.com/cifrasinec/main.html?TB_iframe=true&height=530&width=1100

<http://www.manta.gov.ec/>

<http://www.manta360.com/>

<http://www.pescablanca.com/pesca-blanca.php?id=36&gid=11>

<http://www.puertodemanta.gob.ec/>

<http://www.orooverdehotels.com/manta/espanol/index.htm>

<http://www.hotelbalandra.com/>

<http://www.ghlhoteles.com/>

http://www.elnuevoempresario.com/noticias_1185_analisis-de-las-20-primeras-empresas-ms-grandes-de-manab-por-activos.php

<http://www.camaraturismomanta.com/>

<http://www.ecuale.com/manabi/manta.php>

http://www.elfinanciero.com/alpunto_entrevista/tema_02_2011/alpunto_02_2011.pdf

<http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=pib>

<http://aceproject.org/main/espanol/ei/eic.htm>

<http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ec&v=67&l=es>