

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

Creación de un hostel en el barrio “la Floresta” en el sector centro norte de la ciudad de Quito

Tesis de grado presentada como requisito para la obtención del título de Licenciada en Adm. De Empresas de Hospitalidad

Autora:

Ana Lucía Arellano

Director de tesis:

Mauricio Cepeda, Master of Management in Hospitality Cornell University, USA

Quito, mayo de 2013

Universidad San Francisco de Quito

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS

Creación de un hostel en el barrio “la Floresta” en el sector centro norte de la ciudad de Quito

Ana Lucía Arellano

Mauricio Cepeda,
Master of Management in Hospitality Cornell University
Director de la tesis

Giuliana Pachano,
Magister en Adm. De Empresas, MBA, E.S.P.E
Miembro del Comité de Tesis

Claudio Ianotti,
Chef Internacional D´Angostino, Argentina
Miembro del Comité de Tesis

Mauricio Cepeda,
Master of Management in Hospitality Cornell University
Director del programa

Mauricio Cepeda, Master of Management in Hospitality Cornell University
Director de la Escuela de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

Quito, mayo 2013

© **Página derechos de autor**

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma: _____

Nombre: Ana Lucía Arellano

C. I.: 1719630434

Fecha: 08-05-2013

Lugar: Quito-Ecuador

Dedicatoria

Quiero dedicar el presente trabajo de investigación a mis padres y hermana con quienes he contado incondicionalmente a lo largo de mi vida estudiantil. También a mis abuelos en quienes he encontrado un ejemplo de lucha y perseverancia.

Agradecimientos

El triunfo personal y académico que representa graduarme de la Universidad San Francisco de Quito, no habría sido posible sin el apoyo incondicional de mis padres y hermana con quienes estoy profundamente agradecida.

Quiero agradecer, de manera muy especial, a todos quienes conforman la maravillosa familia de la USFQ: a sus autoridades, personal docente, administrativo y operativo, y a mis compañeras y compañeros en quienes he encontrado la huella más palpable del valor del ser humano.

Deseo, asimismo, extender mi agradecimiento al señor Xavier Fernando Cáceres Arrieta y a la señora Miriam Cecilia Sigüenza Barreno, propietarios del establecimiento del que trata el presente estudio, por su inestimable ayuda al brindarme toda la información que requerí para el desarrollo del trabajo.

Por último, pero no menos importante, quiero manifestar mi gratitud a Jonathan Trujillo, Hugo Lascano y Juio Awad personas que colaboraron en la elaboración de esta tesis con sus conocimientos académicos, técnicos y con su experiencia; sobre sus hombros, he construido el concepto del Hostal Casa Quilla.

¡Mil gracias a todos!

Resumen

El presente trabajo de investigación titulado “Creación de un Hostal en el Barrio “La Floresta” en el Sector Centro Norte de la Ciudad de Quito” tiene como objetivo proponer la creación de un espacio de hospedaje dirigido al mercado de turistas principalmente extranjeros e itinerantes en la capital del Ecuador.

Uno de los aspectos de mayor importancia del proyecto que se presenta es la ubicación del mismo, en la zona centro norte de la capital. Este sector se caracteriza por ser cercano a los principales focos de afluencia turística en la capital: la zona de La Mariscal, el valle de Guápulo y el Centro Histórico de Quito. Adicionalmente, un plus importante del proyecto es la estructura física del espacio que permite una instalación apropiada a los objetivos del proyecto sin costos elevados para la adecuación de los espacios.

Tras el análisis de la situación del turismo en Ecuador y, particularmente, en la ciudad de Quito, se realizó el estudio correspondiente que demuestra la factibilidad financiera, legal, administrativa y técnica del proyecto; razón por la cual se determinó el diseño y arquitectura del establecimiento, la organización del talento humano, el plan de mercadotecnia y el detalle de presupuesto respectivo.

Palabras clave: Hostal – hospitalidad – Quito – proyecto.

Abstract

The objective of the following investigation work “creation of a Hostel in the neighborhood La Floresta in the North- Center of Quito” is to propose an alternative host-space focused on foreign tourists and itinerant people in the capital.

The hostel location is the main point of the project, for instance it is in the North-Center of the city. This location aloud people to be near the principal tourism attractive of Quito, like the Historical Center, the Mariscal zone, Guápulo and other recognized tourism points.

Additionally, another important point is the structure of the building because it makes possible the appropriate installation of the project without requiring a great investment.

I have made an analysis about tourism influence in Equator and above all an analysis of tourism influence at the city of Quito. This analysis shows the legal, administrative, financial and technical feasibility of the project.

Índice de contenidos

Resumen	7
Abstract.....	8
Introducción.....	13
CAPÍTULO I.....	15
CONCEPTO DEL PROYECTO	15
1.1. ANTECEDENTES	15
1.1.1. Turismo en el Ecuador	15
1.1.2. Hospitalidad	16
1.1.3. Hostales.....	17
1.2. CONCEPTO DEL PROYECTO.....	18
1.2.1. Características Generales	18
1.2.1.1. Tipo de empresa	18
1.2.1.2. Concepto de la empresa	19
1.2.1.3. Experiencia del cliente	19
1.2.1.4. Ubicación	19
1.2.1.5. Dimensión	20
1.2.1.6. Servicios.....	20
1.2.1.7. Capacidad del local	21
1.2.1.8. Mercado meta.....	21

CAPÍTULO II.....	22
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO	22
2.1.- ENTORNO MACROECONÓMICO	22
2.1.1. Producto Interno Bruto (PIB).....	22
2.1.2. Tasa de inflación	23
2.1.3. Tasa de interés activa	25
2.1.4. Riesgo país	27
2.1.5. Ambiente político y social	27
2.1.6. Turismo en Quito	28
2.2. ANÁLISIS DE LA EDIFICACIÓN	30
2.2.1. Localización	30
2.2.2. Adaptabilidad y Conveniencia Física del terreno.....	30
2.2.3. Acceso y Visibilidad.....	31
2.2.4. Servicios Básicos	32
2.2.5. Situación Legal y Regulaciones Municipales Aplicables	32
2.3. ANÁLISIS DE VECINDARIO	33
2.4. ANALISIS DEL ÁREA DE MERCADO.....	35
2.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA	35
2.6. ANÁLISIS DE DEMANDA.....	39
2.7. ESTUDIO DE PENETRACIÓN DE MERCADO.....	42
2.8. PRONÓSTICO DE INGRESOS Y GASTOS	43
2.9. ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD DEL PROYECTO.....	45

CAPÍTULO III	55
DISEÑO Y ARQUITECTURA	55
3.1.- DESCRIPCIÓN DE LA EDIFICACIÓN Y DISPOSICIÓN DEL ESPACIO	55
3.2.- USO DEL ESPACIO	60
3.2.1. Dormitorios	60
3.2.2. Espacios comunales	61
3.2.3. Baños, escaleras y bodegas	62
CAPÍTULO IV	63
TALENTO HUMANO	63
4.1. CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO	63
4.2. NÚMERO DE EMPLEADOS CON RELACIÓN DE DEPENDENCIA.....	66
4.3. SALARIOS Y BENEFICIOS SOCIALES	67
4.3.1. Salarios	67
4.3.2. Seguridad social	68
4.3.3. Salarios adicionales.....	68
4.4. FICHAS DE REQUERIMIENTOS DE TALENTO HUMANO.....	69
4.4.1. Detalle de los horarios de labores	71
4.4.2. Detalle de las funciones de los empleados.....	71
4.5. TRABAJADORES SIN RELACIÓN DE DEPENDENCIA	72
4.5.1. Obra civil.....	72
4.5.2. Desarrollo página web	73
CAPÍTULO V.....	74

MARKETING	74
5.1.- OBJETIVOS DE MARKETING	74
5.1.1. Estrategia de enfoque o alta segmentación.	74
5.1.2. Estrategia de posicionamiento.....	75
5.2. MEZCLA DE MARKETING.....	76
5.2.1. Producto	76
5.2.2. Precio	77
5.2.3. Plaza.....	79
5.2.4. Promoción	80
5.2.4.1 Presupuesto para la promoción	84
CAPÍTULO VI	85
PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO.....	85
6.1.- CONSIDERACIONES INICIALES	85
6.2. PRESUPUESTO.....	85
6.2.1 Obra civil.....	85
6.2.2. Desarrollo de página web y promoción primer año	86
6.2.3. Muebles, enseres y menaje en general	86
CAPÍTULO VII.....	88
CONCLUSIONES.....	88
REFERENCIAS	90

Creación de un Hostal en el Barrio “La Floresta” en el Sector Centro Norte de la Ciudad de Quito

Introducción

Quito tiene una afluencia turística que se incrementa año a año. En 2012, la cantidad de turistas en la ciudad se acercó a los 520.000 visitantes, un 7% más que el año anterior, según cifras del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (MDMQ, s.f.)¹. De acuerdo a la misma entidad, la apertura del nuevo aeropuerto implicará un crecimiento de entre el 8 y el 10% en los años siguientes². Esto permite observar la importancia de contar con espacios de alojamiento en la ciudad para atender la creciente demanda.

El presente trabajo plantea la creación de un establecimiento de hospedaje en una zona importante de la ciudad por su cercanía a zonas de intensa afluencia de turistas extranjeros como son “La Mariscal”, el valle de Guápulo y el Centro Histórico de Quito. La ubicación del local en el que se plantea desarrollar el proyecto se complementa con su óptima infraestructura que se

1 Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (s.f.). Disponible en <http://www.quito.com.ec/centrometropolitano/index.php/la-ciudad/sector-productivo/6-quito>. Recuperado 07/02/2013

2 Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (s.f.). *Quito despega al futuro y se fortalece como puerta de entrada al Ecuador*. Disponible en <http://www.quito.com.ec/blog/index.php/entry/quito-despega-al-futuro-y-se-fortalece-como-puerta-de-entrada-al-ecuador>. Recuperado 07/02/2013

adapta estupendamente al concepto que se piensa aplicar y que será desarrollado a lo largo de la disertación.

El trabajo está dividido en siete capítulos. En primer lugar, se hace un acercamiento a la administración de hospitalidad como elemento de importancia para la comprensión del proyecto planteado; adicionalmente se desarrollará una descripción detallada del proyecto en cuanto a la ubicación, instalaciones, mercado al que se pretende atender, etc. En el segundo capítulo se presenta un estudio de factibilidad para el proyecto a través del estudio del entorno macroeconómico, el análisis del espacio físico y sus alrededores y el análisis financiero correspondiente. El tercer capítulo se centra en el análisis de la arquitectura del proyecto, haciendo referencia al uso del espacio. El cuarto capítulo, por su parte, hace referencia a los recursos humanos requeridos, horarios de trabajo, salarios, etc. En el quinto capítulo se especifica el plan de marketing a ser utilizado. El sexto capítulo presenta el presupuesto total del proyecto. Por último, en el capítulo séptimo se presentan las conclusiones y recomendaciones generales al trabajo.

CAPÍTULO I

CONCEPTO DEL PROYECTO

1.1. ANTECEDENTES

Para una mejor comprensión del proyecto que se plantea a través del presente trabajo, se ha creído oportuno brindar información acerca del turismo como actividad en general y como elemento de importancia económica en el país, especialmente en la ciudad de Quito.

1.1.1. Turismo en el Ecuador

Se define como turismo a toda “actividad o hecho de viajar por placer” (RAE, 2010)³. No obstante, la importancia y el tamaño de la industria dedicada a esta actividad hace que la definición presentada sea insuficiente. Es, de esta manera, que el turismo engloba todas las personas, los recursos y los medios que permiten la actividad de viajar.

La actividad turística en el Ecuador es de suma importancia. Según Luis Padilla (2012) de la Agencia Andes⁴, se estima que la industria turística genera 5.000 millones de dólares y se constituye en el cuarto rubro de conformación del Producto Interno Bruto. El turismo en el país ha ido incrementándose de manera constante por varias situaciones transversales como la riqueza biológica e histórica del país, las facilidades de ingreso, el uso del dólar como moneda de circulación, la promoción directa e indirecta del país, etc.

3 Real Academia Española. (2010). *Diccionario*.

⁴ Padilla, L. (14/08/2012). *El Turismo es el Cuarto Rubro que Aporta a la Economía Ecuatoriana*. Agencia Andes.

Los primeros esfuerzos gubernamentales por dar a conocer al Ecuador como destino turístico se dieron en la presidencia del doctor Galo Plaza Lasso, entre 1948 y 1952 en el que se creó la oficina de turismo, centrando sus esfuerzos en dar a conocer al país al mercado estadounidense.

En la actualidad, el Ministerio de Turismo realiza acciones de promoción a nivel mundial con iniciativas como la de “Ecuador Ama la Vida”. Este tipo de esfuerzos, sumados a las actividades de índole privado como la creación de agencias de viaje, desarrollo de la capacidad de alojamiento y servicios turísticos, el incremento de iniciativas de turismo comunitario y ecológico, entre otras, han permitido un rápido crecimiento de la actividad turística en Ecuador.

1.1.2. Hospitalidad

La hospitalidad, de manera amplia, se refiere a toda actividad en la que se ofrezcan servicios o productos a los viajeros. El término proviene del latín *hospitalitas*, que significa “Virtud que se ejercita con peregrinos, menesterosos y desvalidos, recogiénolos y prestándoles la debida asistencia en sus necesidades”⁵.

Más allá de la definición anotada, “el sector hotelero comprende todos aquellos establecimientos que se dedican profesionalmente a proporcionar alojamiento (y otros productos o servicios. sic) a las personas”⁶. En la definición presentada destacan varios elementos:

5 Microsoft Encarta. (2010). *Hospitalidad*.

6 Vértice (ed.). (2008). *Gestión de Hoteles*. Málaga, España: Editorial Vértice. p. 2.

- Establecimiento de tipo profesional, lo que significa que es una actividad económica en la que se cuenta con un tipo de especialidad o ejercicio no aficionado.
- Proporciona alojamiento y productos o servicios que son complementarios y que tienen como target a viajeros o personas que no tienen su lugar de residencia permanente en el lugar del establecimiento. Cabe anotar que esto no excluye a personas residentes como clientes sino que, simplemente, el mercado objetivo es el de visitantes.

1.1.3. Hostales

En ocasiones se usan de manera incorrecta términos como posada, residencia u hostel para referirse a hoteles. Es por esta razón que es importante definir qué tipo de negocio es un hostel y en qué se diferencia del concepto tradicional de hotel. Según Carlos Martín (2006), hostales son “aquellos establecimientos de carácter comercial que facilitan el alojamiento con o sin comedor y otros servicios complementarios”⁷. La diferencia entre establecimientos denominados hoteles y los hostales, con la definición anotada, puede no ser tan clara; de hecho hay muchos criterios para calificar a unos y otros y hay lugares (como en varias comunidades de España) donde el término hostel se ha eliminado para reemplazarlo por hotel o posada.

Sin embargo de lo anterior, para el presente análisis, se entenderá como hostel a un establecimiento que ofrece alojamiento pero que tiene menores servicios, tanto en calidad como

7 Marín, A. C. (2006). *Especialidad Administración Gerencial*. Sevilla: Editorial Mad S.L. p. 93.

en cantidad, comparado con un hotel. En este sentido, un hostel no necesitará ofrecer baño privado a cada habitación, el tamaño de las habitaciones en metros cuadrados será menor, etc.

1.2. CONCEPTO DEL PROYECTO

1.2.1. Características Generales

El concepto del proyecto es poner en funcionamiento un establecimiento de alojamiento denominado hostel en la ciudad de Quito, en el barrio La Floresta; un sector cercano a varios puntos de interés para el turismo proveniente del extranjero como el Centro Histórico, Guápulo, el barrio La Mariscal, etc. En la presente sección se hará una descripción detallada del inmueble en el que se pretende realizar el proyecto.

1.2.1.1. Tipo de empresa

El proyecto busca la implementación de un hostel, definido como un establecimiento de alojamiento para personas no residentes de la ciudad de Quito. En este sentido, la empresa estará considerada en la categoría de empresa de servicios de alojamiento temporal tipo dos que, según las ordenanzas 95 y 107, “comprende instalaciones para alojamiento que funcionan mediante el arrendamiento de habitaciones y servicios complementarios”⁸.

8 Distrito Metropolitano de Quito. *Régimen del Suelo del Distrito Metropolitano de Quito corresponde a la codificación de los textos de las ordenanzas metropolitana N° 095 y 107.*

1.2.1.2. Concepto de la empresa

El hostal motivo del presente proyecto busca atender la necesidad de hospedaje de turistas extranjeros en la ciudad de Quito, especialmente jóvenes, que disfruten de un ambiente cálido y acogedor en el que los huéspedes gocen de libertad y tranquilidad en un lugar suficientemente alejado del ruido pero, a la vez, muy cercano a los centros más importantes de actividad turística en la ciudad.

1.2.1.3. Experiencia del cliente

Se busca ofrecer una excelente experiencia a los clientes a través de la aplicación de los valores organizacionales (que serán descritos más adelante) pero especialmente con un buen servicio de reservaciones, asesoría respecto a turismo, trato personalizado y un ambiente agradable y familiar de la estadía.

1.2.1.4. Ubicación

La edificación que será utilizada para el hostal que se plantea en el presente proyecto se encuentra ubicada en la dirección Valladolid E13-10 y Madrid. Se trata de una ubicación privilegiada ya que se encuentra cerca de lugares de servicios turísticos para extranjeros como restaurantes de comida nacional e internacional, bares, escuelas de español, de baile, etc. Adicionalmente, se encuentra cerca del valle de Guápulo y tiene facilidades de transporte para otros lugares turísticos.

Además de lo descrito, el sector en el que se halla la edificación cuenta con supermercados, tiendas de todo tipo, gimnasios, etc.

1.2.1.5. Dimensión

La edificación se encuentra en un terreno de 168 m² de superficie. Cuenta con cuatro pisos en los que se distribuyen siete habitaciones y un espacio que se planea adaptar para contar con una habitación adicional. Tiene espacios sociales amplios que serán utilizados para la recepción y para un área comunal donde se instalarán facilidades para la visualización de películas de diversos géneros y otro espacio para el alquiler, compra o intercambio de libros en diferentes idiomas. Una descripción más detallada de las habitaciones se ofrecerá en el capítulo 3.

1.2.1.6. Servicios

El edificio, por su localización en el área urbana de la ciudad de Quito, cuenta con todos los servicios básicos (electricidad, agua potable, teléfono). El proyecto plantea ofrecer a los clientes los siguientes servicios:

- Alojamiento (habitaciones simples, dobles o múltiples) con baño privado o compartido.
- Servicio de reservaciones telefónicas y por Internet.
- Facilidades para lavandería.
- Limpieza diaria de las habitaciones y espacios comunales.
- Facilidades para uso de la cocina.
- Uso de computadoras con Internet sin costo y servicio WIFI.
- Área de video.
- Servicio de venta, alquiler e intercambio de libros.

- Asesoría sobre destinos turísticos.
- Servicio de bodega y caja fuerte.

1.2.1.7. Capacidad del local

Se estima una capacidad máxima de 22 huéspedes divididos en 9 habitaciones. La distribución de las camas y los dormitorios será descrita a profundidad en el capítulo 3 del presente proyecto.

1.2.1.8. Mercado meta

El mercado meta que se ha considerado para el presente proyecto está conformado por turistas extranjeros (de diversas nacionalidades), estudiantes universitarios o profesionales de clase media con edades comprendidas entre los 18 y los 30 años y que, en general, no se encuentren formando parte de un tour planificado en Quito o en Ecuador.

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

2.1.- ENTORNO MACROECONÓMICO

Para determinar la factibilidad de todo tipo de proyecto, es importante contar con información que permita conocer el ambiente económico que rodearía al mencionado proyecto. En tal sentido, se presentan varios datos y su correspondiente análisis para determinar si el macroentorno es adecuado para la constitución del hostel que se plantea en el presente documento.

2.1.1. Producto Interno Bruto (PIB)

El análisis de este indicador económico permite diagnosticar la salud de la economía ecuatoriana; además, se analizará la participación del sector turístico en este indicador, lo que permitirá observar la importancia de esta industria.

Se define al PIB como “el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado”⁹. Se debe considerar que en Ecuador la variación del PIB está relacionada directamente con el precio y las exportaciones del petróleo.

Para el presente caso de estudio, se debe tomar en cuenta que en el país el PIB para el año 2012, según estimaciones del Ministerio de Coordinación de la Política Económica¹⁰ tuvo un

9 Econlink. (s.f.). *PIB – Producto Interno Bruto*. Argentina. Recuperado en <http://www.econlink.com.ar/dic/pib.shtml>

incremento de 4,8% con relación al año anterior. De esta forma, el PIB nominal se ubica, según las proyecciones del Banco Central del Ecuador, en \$73.231 en el 2012. Lo señalado permite observar que la economía ecuatoriana se encuentra en una situación de crecimiento, máxime considerando que en 2012 se presentó una baja del PIB no petrolero de -2,51% que se vio compensado con el incremento del PIB no petrolero de 6,92%.

La industria del turismo tiene una participación importante en el PIB ecuatoriano, ubicándose en el cuarto puesto en importancia, según la agencia de noticias Andes, movilizando un rubro superior a los 5.000 millones de dólares.

2.1.2. Tasa de inflación

La tasa de inflación refleja el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios y factores productivos de una economía a lo largo de un tiempo determinado. También se entiende que la inflación es el alza del nivel general de precios o, de otra forma, la disminución del poder adquisitivo del dinero.

Tras el proceso de dolarización del Ecuador, los índices de inflación se han mantenido relativamente bajos. Como se puede observar en la tabla No. 1, la inflación en los últimos dos años se ha mantenido en un solo dígito y, en promedio, menor al 5% y con un tope de 6,12%.

10 Ministerio de la Coordinación de la Política Económica. (junio 2012). *Indicadores macroeconómicos junio 2012*.

Recuperado en <http://www.politicaeconomica.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/junio-web-2012.pdf>

Tabla No. 1. Tasas de inflación mensuales

FECHA	VALOR
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %
Noviembre-30-2012	4.77 %
Octubre-31-2012	4.94 %
Septiembre-30-2012	5.22 %
Agosto-31-2012	4.88 %
Julio-31-2012	5.09 %
Junio-30-2012	5.00 %
Mayo-31-2012	4.85 %
Abril-30-2012	5.42 %
Marzo-31-2012	6.12 %
Febrero-29-2012	5.53 %
Enero-31-2012	5.29 %
Diciembre-31-2011	5.41 %
Noviembre-30-2011	5.53 %
Octubre-31-2011	5.50 %
Septiembre-30-2011	5.39 %
Agosto-31-2011	4.84 %
Julio-31-2011	4.44 %
Junio-30-2011	4.28 %
Mayo-31-2011	4.23 %
Abril-30-2011	3.88 %
Marzo-31-2011	3.57 %

Nota: Fuente: Banco Central del Ecuador.

El análisis del comportamiento de la inflación es importante para determinar la estabilidad del sistema económico y del poder adquisitivo. Se debe considerar que varios elementos de importancia al desarrollar el presente proyecto se relacionan con la inflación como, por ejemplo, los salarios.

Considerando la estabilidad de los índices inflacionarios, se puede afirmar que, en este sentido, se presenta un ambiente propicio para la inversión en el proyecto.

2.1.3. Tasa de interés activa

La tasa activa o de colocación, según Gustavo Hernández (2006) “es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones del mercado y las condiciones del Banco Central, cobran por los diferentes servicios de crédito a los usuarios de los mismo”¹¹. La tasa activa tiene este nombre debido a que se considera que esta representa recursos a favor de la banca.

El estudio y comprensión de la tasa de interés activa es de suma importancia dentro del proyecto que se presenta debido a que, dependiendo de la inversión inicial que se requiera y la capacidad de contar con recursos propios, se podría pensar en la posibilidad de financiamiento a través de una institución bancaria.

En los últimos tiempos, debido a que entre septiembre 2007 y octubre 2008 hubo una política enérgica de reducción de las tasas activas efectivas máximas referenciales, las tasas de interés activas se han mantenido constantes como se muestra en la tabla No. 2:

Tabla No. 2. Tasas de interés activas de los últimos dos años.

FECHA	VALOR
Marzo-31-2013	8.17 %
Febrero-28-2013	8.17 %
Enero-31-2013	8.17 %
Diciembre-31-2012	8.17 %
Noviembre-30-2012	8.17 %
Octubre-31-2012	8.17 %
Septiembre-30-2012	8.17 %
Agosto-31-2012	8.17 %
Julio-31-2012	8.17 %
Junio-30-2012	8.17 %

11 Hernández, G. (2006). *Diccionario de Economía*. Medellín: EdUCC. p. 322.

Mayo-31-2012	8.17 %
Abril-30-2012	8.17 %
Marzo-31-2012	8.17 %
Febrero-29-2012	8.17 %
Enero-31-2012	8.17 %
Diciembre-31-2011	8.17 %
Noviembre-30-2011	8.17 %
Octubre-31-2011	8.17 %
Septiembre-30-2011	8.37 %
Agosto-31-2011	8.37 %
Julio-31-2011	8.37 %
Junio-30-2011	8.37 %
Mayo-31-2011	8.34 %
Abril-30-2011	8.34 %

Nota: Fuente: Banco Central del Ecuador

Cabe indicar que los valores señalados corresponden a productos corporativos. En el caso del proyecto presentado, se trataría de un tipo de crédito con tasas de interés activas mayores. Según lo estipulado por el Banco Central, en el caso de solicitar financiamiento como un Pequeña – Mediana empresa (PYME), la tasa activa referencial se ubica en el 11,20% mientras que si se opta por un crédito de consumo (en el caso de que el nivel de apalancamiento requerido sea mínimo), la tasa referencial es de 15,91%¹².

Como se puede observar, a pesar de que las tasas de interés activas están fuertemente controladas, todavía tienen valores muy altos que pueden convertirse en un elemento limitante en la implementación del proyecto descrito. Se recomienda, por lo señalado previamente, en el caso de requerirse de financiamiento, realizarlo en calidad de PYME y tratar de evitar el crédito de consumo que es el que presenta tasas más altas.

12 Banco Central del Ecuador. (2013). *Tasas de Interés Activas Efectivas Vigentes*. Recuperado en <http://bce.fin.ec>

2.1.4. Riesgo país

El índice de riesgo país es un indicador simplificado de la situación de un país, que utilizan los inversores internacionales como un elemento más cuando toman sus decisiones. Aunque el diseño del proyecto no considera inversión extranjera, el valor de riesgo país es de suma importancia para varios indicadores del análisis financiero del proyecto.

En la actualidad, según datos del Banco Central del Ecuador, el riesgo país se ubica en 704 puntos al 27 de febrero de 2013. Este valor elevado representa una amenaza para el proyecto debido a que implicará un alto valor de la tasa mínima de rentabilidad de la inversión.

2.1.5. Ambiente político y social

El análisis de estos aspectos es de suma importancia para analizar la factibilidad del proyecto debido a que son factores que tienen especial injerencia en el flujo de turistas al país y, por cierto, en la estabilidad de las inversiones.

En lo relativo a la situación política del país, la estabilidad política en Ecuador ha sido un problema fundamental en el desarrollo de las actividades comerciales en las décadas de los 90 y en la primera mitad de la siguiente. No obstante, desde 2006, año en el que asumió el poder el actual gobierno, la política ha ido estabilizándose hasta tener, al momento, un entorno si no adecuado, por lo menos no negativo para las inversiones y el flujo turístico. Los esfuerzos políticos por lograr un mayor abanico de mercados de exportación, por ejemplo, y dar prioridad a la empresa nacional, es una decisión política que ha incentivado la producción. En este sentido, la

estabilidad política de la actualidad en el Ecuador es una oportunidad para las actividades y las estrategias a implementarse en el proyecto.

No obstante lo anterior, se ha identificado un cierto nivel de desprestigio en uno de los principales mercados: los Estados Unidos de América. Los continuos enfrentamientos entre el actual gobierno con dicho país, podrían representar una disminución de la cantidad de turistas de ese mercado hacia el Ecuador.

En cuanto al tema social, quizá uno de los temas que más impacto puede causar en lo relativo al turismo es el elevado índice de delincuencia que existe en el país¹³. A pesar de ello, ha habido avances significativos en temas relacionados o impulsores de la delincuencia como los índices de pobreza y la población económicamente activa que, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y otras entidades del Gobierno, han mantenido una evolución importante, lo que permitiría deducir que la seguridad irá mejorando conforme los cambios permitan una mejor calidad de vida de los habitantes.

2.1.6. Turismo en Quito

Quito tiene una afluencia turística con incrementos sólidos en cada año. Por ejemplo, en 2012, la cantidad de turistas en la ciudad fue de 519.561 visitantes, un 7% más que el año anterior, según cifras del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito¹⁴. De acuerdo a la misma

13 *Policía reconoce Incremento en Índices de Delincuencia*. (27/03/2009). Revista Vistazo.

14 Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (s.f.). *Cifras Quito*. Recuperado en <http://www.quito.com.ec/centrometropolitano/index.php/la-ciudad/sector-productivo/6-quito>. 07/02/2013

entidad, la apertura del nuevo aeropuerto implicará un crecimiento de entre el 8 y el 10% en los años subsiguientes (MDMQ, s.f.)¹⁵. Estos datos son de suma importancia al analizar la factibilidad del proyecto ya que permiten ilustrar las ventajas de ofrecer un servicio de tanta importancia como es el alojamiento.

Uno de los puntos de mayor importancia no solo para analizar la factibilidad del proyecto sino para su correcta gestión es entender claramente el comportamiento estacional del flujo de turistas que llega a sus niveles superiores entre los meses de junio y agosto y en el mes de octubre, aunque en menor proporción. Para ilustrar esto, se exhibe la figura No. 1:

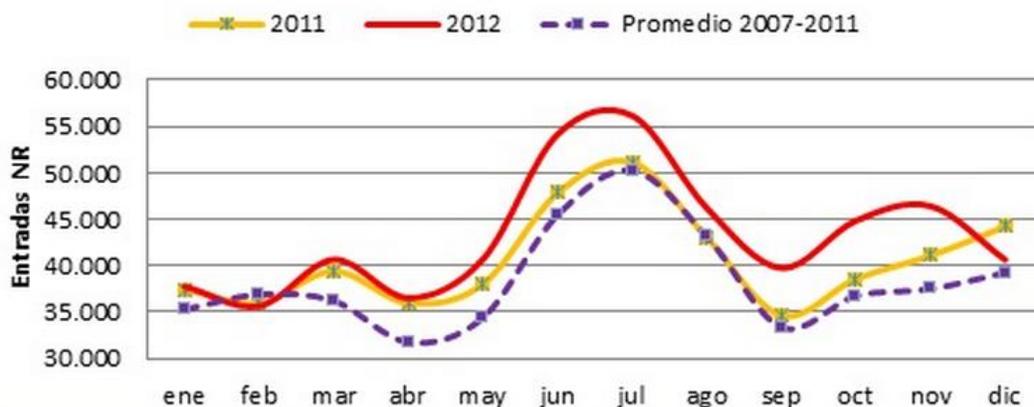


Figura No. 1 Número de turistas no residentes que llegan a Quito por mes.

Fuente: SIIT 2012 - Quito Turismo datos a diciembre 2012

15 Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (s.f.). *Quito despega al futuro y se fortalece como puerta de entrada al Ecuador*. Recuperado en <http://www.quito.com.ec/blog/index.php/entry/quito-despega-al-futuro-y-se-fortalece-como-puerta-de-entrada-al-ecuador>. 07/02/2013.

2.2. ANÁLISIS DE LA EDIFICACIÓN

2.2.1. Localización

El edificio está ubicado en la calle Valladolid, número E13-10, y Madrid; sobre la acera occidental. En las fotografías siguientes se puede apreciar la localización del edificio con mayor claridad:



Figura No. 2 Localización del edificio

Fuente: Investigación

2.2.2. Adaptabilidad y Conveniencia Física del terreno

Al momento el terreno se encuentra completamente ocupado por la construcción de una edificación usada hasta hace poco como vivienda. El proyecto implica solo un cambio en la construcción que es la edificación de dos paredes y un ingreso en un salón del primer piso (que se muestra en la figura No. 3) y el retoque de pintura tanto de fachada como de interiores, además de la decoración. Al momento el edificio cuenta con ocho habitaciones que serán destinadas para dormitorios, más el último dormitorio que estaría constituido por la actual sala de la primera planta que se desea modificar.

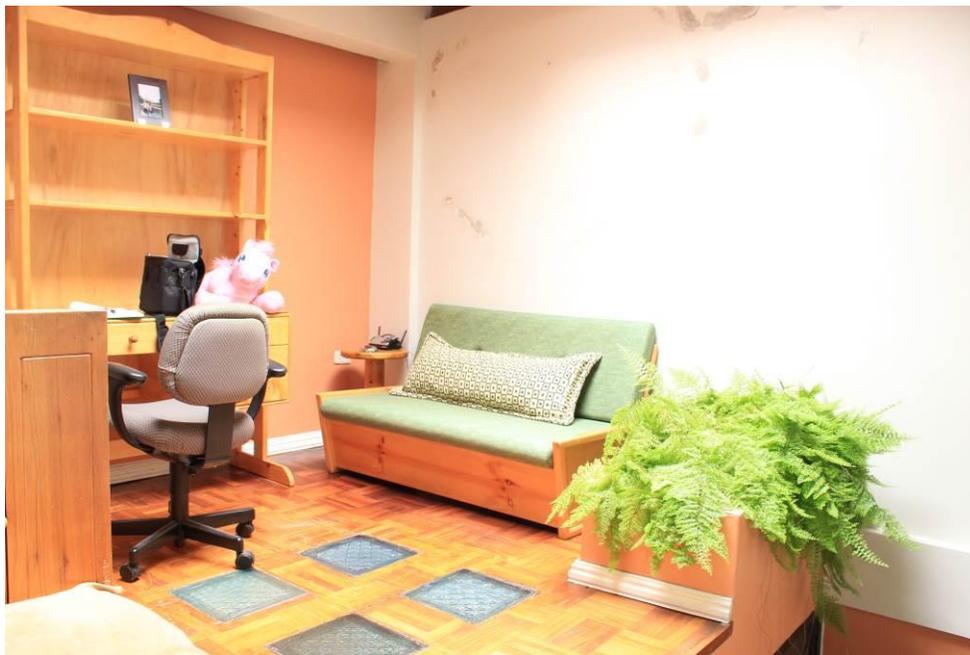


Figura No. 3 Sala del primer piso

Fuente: Investigación

Por lo señalado se considera que la edificación existente es sumamente conveniente para el proyecto propuesto y su adaptabilidad es alta, lo que reduce al mínimo la inversión inicial en este aspecto.

2.2.3. Acceso y Visibilidad

El edificio cuenta con un acceso principal y un garaje en la calle Valladolid. Tiene dos accesos secundarios desde el área de parqueo hacia el área que se planifica dedicar al salón de videos y de intercambio de libros.

La vía de acceso al hostel sería la calle Valladolid, a pesar de su limitado tráfico, se encuentra cerca de la calle Madrid que es muy transitada, por lo que se concluye que el hostel tendría una visibilidad si no óptima, al menos alta.

2.2.4. Servicios Básicos

La edificación cuenta con servicios de agua potable, luz y teléfono. Además cuenta con facilidades para servicio de televisión pagada y de Internet.

2.2.5. Situación Legal y Regulaciones Municipales Aplicables

El edificio donde se plantea la ejecución del proyecto pertenece a Xavier Fernando Cáceres Arrieta con C:I 0600926638 y a Miriam Cecilia Sigüenza Barreno con CI: 0601274145, casados, plenamente facultados para obligarse contractualmente.

Sobre el edificio no pesan ningún tipo de disputa ni deuda, como se verifica en el Anexo No. 1 y se encuentra con todas sus obligaciones municipales pagadas a la fecha.

Según lo ha señalado el Colegio de Arquitectos de Quito (2003), el terreno se encuentra en una zona R2 (correspondiente a Zona Principal Residencial Tipo 2), como se puede observar en la figura No. 4. Dicha zona, según lo dispuesto en el Régimen de Suelo del Distrito

Metropolitano de Quito (art. II.77, numeral 2), basado en las ordenanzas No. 095 y 107 admite la utilización de terrenos para servicios de alojamiento temporal¹⁶.



Figura No. 4 Zonificación del sector donde se implementará el proyecto

Fuente: Colegio de arquitectos del Ecuador. CAE

2.3. ANÁLISIS DE VECINDARIO

El vecindario es en su mayoría residencial, sin embargo se observan varios negocios alrededor, entre los generadores de demanda se encontró:

16 Colegio de Arquitectos de Quito. (2003). *Régimen del Suelo del Distrito Metropolitano de Quito corresponde a la codificación de los textos de las ordenanzas metropolitana N° 095 y 107*. Recuperado en <http://cae.org.ec/ordenanzas/Q22.pdf>. 25/02/2013

- Cafeterías y Restaurantes
- Cines (OchoyMedio e Inccine)
- Universidades (Católica, Politécnica Salesiana, Politécnica Nacional, Andina Simón Bolívar).
- Residencias estudiantiles
- Coliseo Rumiñahui
- Plaza Fosch (barrio La Mariscal)
- Mercado la Floresta
- Supermaxi

Las vías del vecindario se encuentran en buenas condiciones para el tráfico peatonal y automovilístico. En el vecindario concurren varias líneas de buses además de tener una cooperativa de taxis junto al Supermaxi de la Madrid y 12 de Octubre.

Las edificaciones de la zona donde se ejecutará el proyecto se encuentran en buenas condiciones. La mayoría de las mismas no superan los dos pisos de construcción aunque hay edificios un poco más altos como el ocupado por el Ministerio de Ambiente, por ejemplo. En el vecindario se ubican los hostales: Carolina, Folklore, Valladolid, Casa Quito y Villa Esperanza. Adicionalmente, en el vecindario se encuentra el hotel “Apartamentos los Quipus” y algunas residencias estudiantiles en las que estudiantes de universidades (Católica, FLACSO, etc.) se hospedan por períodos más extensos.

En conclusión se puede determinar que el vecindario ofrece enormes oportunidades por varios generadores de demanda en las cercanías del proyecto; no obstante, hay que tomar en

cuenta la competencia que ya existe en el sector para lograr un posicionamiento en el mercado a la vez rápido y estable por medio de una adecuada mezcla de marketing (producto, precio, plaza y promoción).

2.4. ANÁLISIS DEL ÁREA DE MERCADO

La Floresta, el vecindario donde se encuentra la edificación en la que se realizará el proyecto, se encuentra oficialmente en la parroquia Itchimbía, un sector de nivel económico medio. Sin embargo, la proximidad del barrio a la parroquia Mariscal Sucre, de un nivel medio-alto hace de este barrio un lugar de excelente infraestructura y, al mismo tiempo, cercano a domicilios y barrios menos favorecidos económicamente.

El municipio de Quito señala que La Floresta “es un dinámico sector residencial en el que se ubican varios sitios de interés cultural. Varias de las mejores universidades de la ciudad también se encuentran en este sector”¹⁷.

2.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para la determinación de la oferta se procedió a la utilización de técnicas y herramientas de recolección de datos entre las que se encuentran:

- Observación directa.

17 Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (s.f.). *La Floresta*. Recuperado en <http://www.quito.com.ec/index.php/explora-y-disfruta/barrios-turisticos/la-floresta>. 25/02/2013

- Entrevistas a propietarios de establecimientos de alojamiento del sector donde se implementará el proyecto.
- Entrevistas a huéspedes de dichos establecimientos.
- Visitas a hostales que desarrollan un concepto similar al del proyecto pero en un lugar diferente al mismo.
- Encuestas a propietarios de otros hostales fuera del barrio “La Floresta”.

En el vecindario donde se pondrá en marcha el proyecto, por medio de la visita al sector y el trabajo de campo se logró identificar la presencia de cinco hostales que se constituirían en la competencia directa del proyecto.

Para una visión más completa y general de la situación de los mencionados negocios de alojamiento, se presenta a continuación la tabla No. 3:

Tabla No. 3 Lista y descripción de los negocios que constituyen competencia directa del proyecto.

	<i>Hostal Casona de Mario</i>	<i>Hostal Folklore</i>	<i>Hostal Casa Valladolid</i>	<i>Hostal Casa Quito</i>	<i>Hostal Villa Esperanza</i>
Ubicación	La Floresta	La Floresta	La Floresta	La Floresta	La Floresta
Capacidad alojamiento	20	22	15	16	9
% de Ocupación	85%	80%	75%	80%	80%
Calidad Percibida (1-5) Según observación	4	3	3	2	3
Fecha de apertura	2008	2000	2010	2007	2010
Tipo de administración	Propietario	Dueño	Dueño	Dueño	Dueño
Imagen (mala/regular/buena/excelente)	buena	regular	buena	Regular	buena
Acceso y visibilidad	buena	excelente	buena	buena	Buena
Condición Física (1-5)	4	3	4	2	4
Segmento de Mercado	medio-alto	medio-alto	medio-alto	medio-alto	medio-alto
Porc% que llega por reservación	75%	75%	80%	70%	75%
Generadores de demanda	UIO	UIO	UIO	UIO	UIO
No. Habitaciones	8	9	5	7	5
Simples	si	si	si	si	si
Dobles	si	si	si	si	si
Triples	si	si	no	si	sí
Quíntuples	no	no	no	no	si
Numero de restaurantes	no	1	1	no	no
Capacidad total		12	8		
Amenidades					
Wifi	si	si	si	si	si
Kitchen Facilities	si	si	no	no	Si
Lavandería	si	no	no	Si	no
TV Cable	si	si	si	No	si
Cafetería	si	si	si	no	No
Espacios Abiertos	si	si	no	si	Si

House Keeping		no	si	no	si
Precio promedio por huésped	12 USD	29 USD	28USD	17 USD	20 USD
Cheque promedio de restaurante	No aplica				

Estacionalidad	Semanal	fin de semana				
	Mensual	variable	variable	variable	variable	variable
	Anual	variable	variable	variable	variable	variable

Que Tendencias Ven?	Buenas por el crecimiento de turismo en Quito	Buenas por el crecimiento de turismo en Quito	por el crecimiento de turismo en Quito	Buenas por el crecimiento de turismo en Quito	por el crecimiento de turismo en Quito	Buenas por el crecimiento de turismo en Quito	por el crecimiento de turismo en Quito	Buenas por el crecimiento de turismo en Quito	por el crecimiento de turismo en Quito
---------------------	---	---	--	---	--	---	--	---	--

Nota: Fuente: Investigación

Elaborado por: la autora.

2.6. ANÁLISIS DE DEMANDA

Para el análisis de la demanda, en primer lugar, es importante conocer la afluencia de turistas por grupo etario debido a que uno de los elementos de la delimitación del mercado meta es la edad de los huéspedes (entre 18 y 30 años).

En la figura No. 5 se presenta la distribución de los turistas que arriban a Quito (no residentes) por grupo etario. Desafortunadamente no se cuenta con información más actualizada y solamente se analiza el comportamiento entre los años 2007 y 2008.

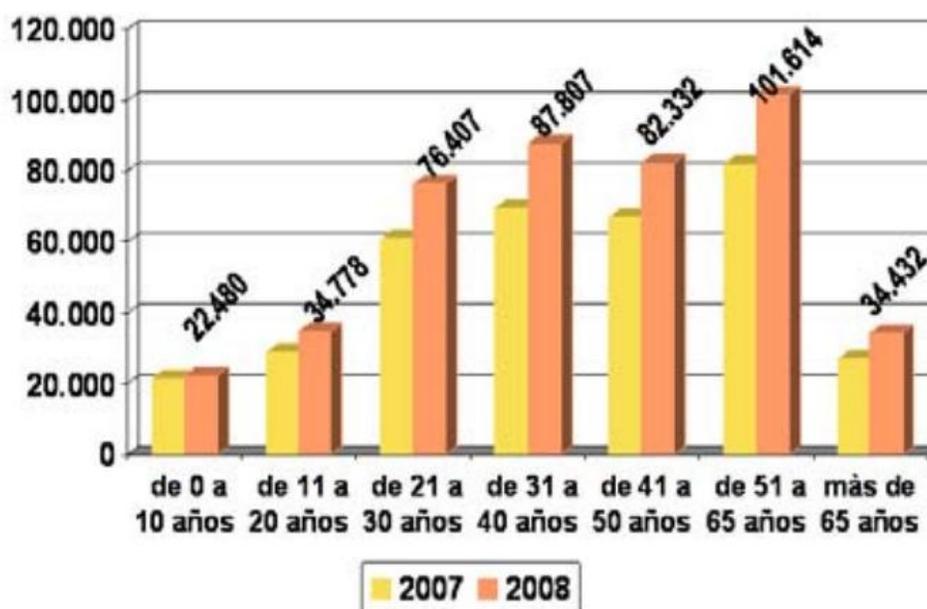


Figura No. 5 Visitantes extranjeros en Quito por grupo de edad, 2007 y 2008

Fuente: Corporación Metropolitana de Turismo

Como se puede observar en la figura, ha habido un incremento de la afluencia de turistas en todos los grupos de edad y, dentro del grupo de interés para el proyecto (entre 21 y 30 años) el incremento ha sido notorio. Según la Corporación Metropolitana de Turismo, el incremento de turistas de ese rango de edad, entre los años 2007 y 2008, fue de un 9,65%.¹⁸

Una vez conocida la cantidad de turistas del mercado definido como metra dentro del presente trabajo, se optó por usar como metodología para la definición de la demanda la aplicación de entrevistas a propietarios de diversos hostales tanto del sector donde se implantará el proyecto como fuera del mismo. Entre las entrevistas realizadas se pudo concluir lo siguiente:

- En cuatro de los cinco lugares estudiados, el porcentaje de ocupación se estabilizó en el nivel actual en el tercer año de funcionamiento. En el último hostel consultado, se llegó al nivel actual de ocupación durante el segundo año.
- El porcentaje actual de ocupación está entre el 70 y el 85% en hostales consultados.
- Durante el primer año de funcionamiento, el porcentaje de ocupación se ubica entre el 20 y el 50%.
- El segundo año de funcionamiento presenta índices de ocupación de entre el 45 y el 75%.
- Todos los hostales consultados han logrado acuerdos con otro tipo de negocios de turismo como agencias de viaje, escuelas de enseñanza de idioma español, etc.

18 Corporación Metropolitana de Turismo. *El perfil del turista de Quito*. 2008. Página 7.

Aunque aparentemente los datos pueden concebirse como exagerados, el hecho de la localización del vecindario es un elemento de gran importancia, al estar rodeado de varios generadores de demanda.

En virtud de la información levantada a través de las herramientas metodológicas implementadas, se ha llegado a determinar que la demanda en el proyecto será como se presenta en la tabla No. 4:

Tabla No. 4 Demanda de alojamiento en el proyecto, para cinco años.

Año de funcionamiento	Porcentaje de ocupación
1	20%
2	45%
3	70%
4	80%
5	80%

Nota: Fuente: Investigación

Elaborado por: la autora.

Debe tomarse en cuenta que se tomaron los límites inferiores de los datos recopilados, como una suerte de análisis pesimista de la determinación de la demanda.

2.7. ESTUDIO DE PENETRACIÓN DE MERCADO

En la presente tabla se elabora el cálculo de Share of Market y la penetración en el mercado.

Tabla No. 5 Penetración de mercado.

Análisis del mercado sector "La Floresta"										
Hotel Data						Demand (Room Nights)				
Hostal	Camas	Fair Share	Market Share	ADR	OCC%				Total	PI
Casona de Mario	20	21,1%	22,3%	12	84,9%				6.200	1,06
Folklore	22	23,2%	23,0%	29	79,7%				6.400	0,99
Casa Valladolid	15	15,8%	14,8%	28	74,9%				4.100	0,93
Casa Quito	16	16,8%	16,8%	17	80,0%				4.670	1,00
Casa Quilla	22	23,2%	23,1%	15	80,0%				6.420	1,00
Total	95	100,0%	100,0%		80,1%				27.790	1,00
Area-Wide Occ%										
	=	Total Room Nights Sold			27.790	=	80,1%			
		Room Nights Available			365*1,460					
Area-Wide ADR										
	=	SUM of (Market Share x ADR)				=	\$ 19,81			
SG's Fair Share (Peter Pan)										
	=	SG's Rooms			20	=	21,1%			
		Total Rooms			95					
SG's Fair Share of Commercial Market (Peter Pan)										
	=	SG's FS * Total Com. Rooms Sold			.24*112,000	=	0 rooms			
Peter Pan's Penetration Index										
	=	Peter Pan's Occ			84,9%	=	1,060			
		Area Occ			70,0%					

Nota: Fuente: Investigación

Elaborado por: la autora.

Vale aclarar algunos puntos: En primer lugar, no se hizo una clasificación de habitaciones simples, dobles y demás debido a que el giro del negocio hace que se alquile más que una habitación, una cama. En segundo lugar, se aplicó el estudio al proyecto considerándolo en el cuarto año de funcionamiento, es decir, cuando su ocupación ya es estable.

2.8. PRONÓSTICO DE INGRESOS Y GASTOS

Como se indicó previamente, el año en el que se prevé que la operación del proyecto sea estable es en el cuarto año, alcanzando un porcentaje de ocupación de 80%. Con esta premisa se presenta un análisis de los ingresos y los gastos para cada uno de los cinco años durante los cuales se implementará el proyecto de hostel Casa Quilla.

Ingresos:

Para el análisis de los ingresos se tomará exclusivamente la venta de alojamiento en el hostel ya que no se plantea la creación de restaurante y otros servicios conexos. En este sentido, en la tabla No. 6 se presentan los ingresos anuales del proyecto:

Tabla No. 6 Ingresos anuales Hostel Casa Quilla

Año	OCC %	No. Espacios vendidos	Precio unitario	Ingreso total
1	20	1606	15	24.090,00
2	45	3614	15	54.202,50
3	70	5621	15	84.315,00
4	80	6424	15	96.360,00
5	80	6424	15	96.360,00

Nota: Fuente: Investigación

Elaborado por: la autora.

Costos:

Para el análisis de los costos se deben considerar los siguientes aspectos:

- Número de empleados: 4 con salario básico, con un incremento anual de 10%.
- Los costos de talento humano consideran reservas para pagos de décimo tercero y décimo cuarto sueldos, además del pago al IESS.
- Los costos de publicidad y página web corresponden, en el primer año, al presupuesto presentado en el capítulo 6 pero se reducen desde el segundo año al estar ya activa la página.
- Se considera un porcentaje de incremento anual de los costos por una inflación de 6%, según los datos recopilados en la investigación.
- No se consideran costos variables y fijos por separado ya que se plantea, por el diseño del proyecto, que los primeros serían valores marginales respecto a los segundos.
- Se considera una inversión inicial de \$19.587,52 destinados a las remodelaciones del edificio (\$1.300), publicidad y página web (\$1.820), adquisición de muebles, enseres y menaje (\$12.467,52 sobre los que se aplica depreciación a 10 años sin valor residual) y reserva de capital de trabajo para los primeros tres meses (\$4.000). El detalle de los valores se encuentra en el capítulo 6 del presente trabajo.

Los costos, durante los cinco primeros años de funcionamiento del Hostal Casa Quilla se presentan en el flujo de caja del apartado 2.9

2.9. ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD DEL PROYECTO

Para el análisis de rentabilidad del proyecto se presentan tanto el flujo de caja como el estado de pérdidas y ganancias para los 5 primeros años del proyecto:

Tabla No. 7 Flujo de caja proyectado para el proyecto.

Años	1	2	3	4	5
Ventas	\$24.090,00	\$54.202,50	\$84.315,00	\$96.360,00	\$96.360,00
Descuentos y devoluciones	\$-2.409,00	\$-5.420,25	\$-8.431,50	\$-9.636,00	\$-9.636,00
Reembolso de gastos ventas					
Otros ingresos					
Ingreso neto	\$21.681,00	\$48.782,25	\$75.883,50	\$86.724,00	\$86.724,00
Costo de ventas	\$5.470,00	\$5.039,00	\$5.341,34	\$5.661,82	\$6.001,53
Servicios	\$3.000,00	\$3.180,00	\$3.370,80	\$3.573,05	\$3.787,43
Básicos	\$1.800,00	\$1.908,00	\$2.022,48	\$2.143,83	\$2.272,46
Otros servicios	\$1.200,00	\$1.272,00	\$1.348,32	\$1.429,22	\$1.514,97
Costos generales	\$2.470,00	\$1.859,00	\$1.970,54	\$2.088,77	\$2.214,10
Página web y publicidad	\$1.820,00	\$1.170,00	\$1.240,20	\$1.314,61	\$1.393,49
Suministros y materiales	\$50,00	\$53,00	\$56,18	\$59,55	\$63,12
Honorarios profesionales	\$400,00	\$424,00	\$449,44	\$476,41	\$504,99
Otros costos generales	\$200,00	\$212,00	\$224,72	\$238,20	\$252,50
Ganancia bruta en ventas	\$16.211,00	\$43.743,25	\$70.542,16	\$81.062,18	\$80.722,47
Gastos de operación	\$20.200,00	\$22.220,00	\$24.442,00	\$26.886,20	\$29.574,82
Gastos administrativos	\$20.200,00	\$22.220,00	\$24.442,00	\$26.886,20	\$29.574,82
Gastos de ventas					
Gastos financieros					
Ganancia antes de participación	\$-3.989,00	\$21.523,25	\$46.100,16	\$54.175,98	\$51.147,65
Participación trabajadores	\$0,00	\$0,00	\$3.228,49	\$6.915,02	\$8.126,40
Base imponible	\$-3.989,00	\$21.523,25	\$42.871,67	\$47.260,96	\$43.021,25
Impuesto a la Renta	\$0,00	\$0,00	\$4.735,12	\$9.431,77	\$10.397,41
Flujo neto	\$-3.989,00	\$21.523,25	\$38.136,56	\$37.829,19	\$32.623,84
Depreciaciones	\$1.246,75	\$1.246,75	\$1.246,75	\$1.246,75	\$1.246,75
Efectivo inicial	\$4.000,00	\$11,00	\$21.534,25	\$59.670,81	\$97.500,00
Efectivo final	\$11,00	\$21.534,25	\$59.670,81	\$97.500,00	\$130.123,84

Nota: Fuente: Investigación

Elaborado por: la autora

Tabla No. 8 Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado a cinco años.

PROYECCIÓN DE ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS						
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ingresos Ventas	\$ 21.681,00	\$ 48.782,25	\$ 75.883,50	\$ 86.724,00	\$ 86.724,00	
(-) Costos Operacionales	\$ 5.470,00	\$ 5.039,00	\$ 5.341,34	\$ 5.661,82	\$ 6.001,53	
Utilidad Bruta	\$ 16.211,00	\$ 43.743,25	\$ 70.542,16	\$ 81.062,18	\$ 80.722,47	
Gastos No operacionales (admin. Y ventas)	\$ 20.200,00	\$ 22.220,00	\$ 24.442,00	\$ 26.886,20	\$ 29.574,82	
Utilidad Operacional	-\$ 3.989,00	\$ 21.523,25	\$ 46.100,16	\$ 54.175,98	\$ 51.147,65	
Gastos Financieros totales	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	
(-) Depreciaciones	\$ 1.246,75	\$ 1.246,75	\$ 1.246,75	\$ 1.246,75	\$ 1.246,75	
Utilidad Antes de Impuestos	-\$ 5.235,75	\$ 20.276,50	\$ 44.853,41	\$ 52.929,23	\$ 49.900,90	
Participación de Trabajadores 15%	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 3.041,48	\$ 6.728,01	\$ 7.939,38	
Impuesto a la Renta (según Código de la Producción)	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 4.460,83	\$ 9.198,63	\$ 10.164,27	
Utilidad Neta	-\$ 5.235,75	\$ 20.276,50	\$ 37.351,11	\$ 37.002,59	\$ 31.797,25	
Impuestos por pagar	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 7.502,31	\$ 15.926,64	\$ 18.103,65	

Nota: Fuente: investigación

Elaborado por: la autora

Con los flujos de caja y los estados de pérdidas y ganancias se procedió al cálculo de varios indicadores financieros para su correspondiente análisis:

Tabla No. 9. Principales índices financieros.

Inversión para aplicación de estrategias y flujos netos						
Costos estimados	-\$19.587,52			flujo neto 0	-\$3.989,00	
Tasa de descuento	18,43%					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Flujo de caja	-\$23.576,52	\$21.523,25	\$38.136,56	\$37.829,19	\$32.623,84	
Flujo de caja descontado	-\$23.576,52	\$15.345,62	\$22.959,18	\$19.230,04	\$14.003,17	
TIR	115%					
VAN	\$ 65.134,9					
COSTO BENEFICIO	\$ 5,1					
PERIODO DE RECUPERACIÓN	3					
PERIODO DE RECUPERACIÓN DESCON	3					

Nota: Fuente: Investigación

Elaborado por: la autora

Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir".¹⁹

La TIR es la tasa de descuento que se necesitaría para igualar el Valor Actual Neto de un proyecto de inversión a cero. Esta constituye la medida más efectiva para analizar si un proyecto es rentable.

El cálculo de la TIR se basa en la fórmula de cálculo del Valor Actual Neto:

$$VAN = F_1/(1+i)^1 + F_2/(1+i)^2 + f_3/(1+i)^3 + \dots + F_n/(1+i)^n$$

donde:

VAN= valor actual neto

F=flujo de caja en un período determinado

i= tasa (en este caso, tasa interna de retorno)

Al igualar la fórmula a 0 (para cumplir con la definición de TIR de ser la tasa en la que el Valor Actual Neto es igual a 0) se puede obtener el valor de TIR que, en el caso del escenario que se plantea sería de 221%. El valor obtenido es muy superior a la tasa de descuento esperada de 18,43%, de tal manera que la implementación es viable.

¹⁹ Wikipedia. (s.f.). *Tasa Interna de Retorno*. Recuperado en http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_interna_de_retorno

El resultado indica que se debería tener una tasa de descuento de 115% para no obtener ganancias de la inversión que se piensa aplicar. Esto solamente podría darse en un escenario en las que las tasas activas y pasivas, que conducen al Costo de Oportunidad, se incrementen mucho más allá de lo esperado.

Por lo señalado, manteniendo las condiciones del presente estudio, se recomienda la implementación del proyecto.

Valor actual neto

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.²⁰

El VAN es un indicador del valor del proyecto que tiene en cuenta la influencia del tiempo. Específicamente el valor presente neto, mide el valor actualizado de los beneficios netos del proyecto.

El cálculo del VAN se realiza con la siguiente fórmula:

$$VAN = F_1/(1+i)^1 + F_2/(1+i)^2 + f_3/(1+i)^3 + \dots + F_n/(1+i)^n$$

donde:

VAN= valor actual neto

F=flujo de caja en un período determinado

i= tasa (en este caso, tasa de descuento TMAR)

²⁰ <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>

El Valor Actual Neto del presente proyecto es de \$ 65.134.90 que es un valor mayor a 0, lo que indica que es factible y permite asegurar que es recomendable la implementación de las estrategias.

Período de recuperación.

El período de recuperación en el tiempo tras el cual el proyecto cubre la inversión inicial y empieza a ser rentable. Puede ser en valores absolutos o en valores presentes (considerando la tasa de descuento).

En el proyecto que se plantea, tanto el período de recuperación como el descontado se localizan en el tercer año de funcionamiento del Hostal Casa Quilla.

Costo – Beneficio

Representa la relación entre el valor actual neto y la inversión inicial y significa cuánto se obtiene por cada dólar invertido. En el caso del proyecto estudiado, se ha obtenido un valor de costo beneficio de \$5,10 por cada dólar de inversión.

Retorno de la inversión (Return on investment – ROI)

Este indicador es la relación entre el beneficio obtenido y la inversión realizada, expresada en porcentajes. Mide la rentabilidad de una inversión, es decir, la tasa de variación que sufre el monto de una inversión (o capital) al convertirse en utilidades (o beneficios).²¹

21 Crecenegocios. (s.f.). Retorno sobre la inversión. Recuperado en <http://www.crecenegocios.com/>

Su fórmula es:

$$\text{ROI\%} = (\text{beneficios} / \text{inversión}) * 100$$

En el caso del proyecto de Hostal Casa Quilla, el valor de ROI es de 83,84% que se entiende como la rentabilidad del proyecto. Este valor, muy superior a 0, indica la viabilidad del proyecto.

Apalancamiento

Los dueños del edificio donde se propone desarrollar el proyecto cuentan con el dinero para realizar la inversión con fondos propios, sin la necesidad de solicitar financiamiento de una institución bancaria.

Retorno Sobre Activos (Return on Asset – ROA)

Este índice refleja la rentabilidad de una empresa con respecto a los activos que posee. Este índice es la relación entre las utilidades y los activos, expresada en porcentajes.

Su fórmula es:

$$\text{ROA\%} = (\text{Utilidades} / \text{Activos}) * 100$$

El proyecto presenta un ROA de 26,17%. Esto implica que el hostel tendría una rentabilidad del 26,17% con respecto a los activos que posee.

Rentabilidad financiera (Return on Equity – ROE)

Este indicador relaciona el beneficio económico con los recursos necesarios para obtener ese lucro. Dentro de una empresa, muestra el retorno para los accionistas de la misma, que son los únicos proveedores de capital que no tienen ingresos fijos.

Su fórmula es:

$$\text{ROE\%} = (\text{Beneficio neto después de impuestos} / \text{Fondos propios}) * 100$$

El ROE al final del proyecto es de 113,86%, un valor alto que implica la rentabilidad de los fondos propios en términos netos, lo que demuestra que el proyecto es factible y muy recomendable.

Escenario con la contratación de un administrador

En la etapa de recolección de datos por observación y entrevistas en hostales del sector se determinó que es común contratar a una o, máximo, a dos personas para que se encarguen de la recepción y limpieza de los establecimientos y pagándoles por sus servicios el salario mínimo. Estas personas, por falta de oportunidades, han accedido a este tipo de trabajos porque se les ofrece la comida y un lugar de estancia dentro del mismo hostel.

En virtud de lo señalado, se manifiesta que el análisis financiero realizado, en el que se contempla la contratación de cuatro empleados que trabajarán en turnos rotativos (se pueden

apreciar los detalles en el capítulo 4 del presente informe), es realista y, sobre todo, ceñido a la legislación laboral vigente que establece que el trabajo será de 40 horas a la semana²².

Sin embargo de lo anterior, se ha contemplado la posibilidad de la contratación de un administrador del Hostal Casa Quilla cuyas responsabilidades y actividades se encuentran detalladas en el capítulo 4. La presencia de un administrador permitiría asegurar el mejor funcionamiento del hostal. Es por eso que se presenta, a continuación, el flujo de caja y el estado de pérdidas y ganancias en caso de que los propietarios consideren necesaria esta contratación (nótese que solamente se han incrementado los valores de costos administrativos).

²² Código del Trabajo. Artículo 47.

Tabla No. 10 Flujo de caja proyectado considerando contratación de administrador

Años	1	2	3	4	5
Ventas	\$24.090,00	\$54.202,50	\$84.315,00	\$96.360,00	\$96.360,00
Descuentos y devoluciones	\$-2.409,00	\$-5.420,25	\$-8.431,50	\$-9.636,00	\$-9.636,00
Reembolso de gastos ventas					
Otros ingresos					
Ingreso neto	\$21.681,00	\$48.782,25	\$75.883,50	\$86.724,00	\$86.724,00
Costo de ventas	\$5.470,00	\$5.039,00	\$5.341,34	\$5.661,82	\$6.001,53
Servicios	\$3.000,00	\$3.180,00	\$3.370,80	\$3.573,05	\$3.787,43
Básicos	\$1.800,00	\$1.908,00	\$2.022,48	\$2.143,83	\$2.272,46
Otros servicios	\$1.200,00	\$1.272,00	\$1.348,32	\$1.429,22	\$1.514,97
Costos generales	\$2.470,00	\$1.859,00	\$1.970,54	\$2.088,77	\$2.214,10
Página web y publicidad	\$1.820,00	\$1.170,00	\$1.240,20	\$1.314,61	\$1.393,49
Suministros y materiales	\$50,00	\$53,00	\$56,18	\$59,55	\$63,12
Honorarios profesionales	\$400,00	\$424,00	\$449,44	\$476,41	\$504,99
Otros costos generales	\$200,00	\$212,00	\$224,72	\$238,20	\$252,50
Ganancia bruta en ventas	\$16.211,00	\$43.743,25	\$70.542,16	\$81.062,18	\$80.722,47
Gastos de operación	\$27.800,00	\$30.580,00	\$33.638,00	\$37.001,80	\$40.701,98
Gastos administrativos	\$27.800,00	\$30.580,00	\$33.638,00	\$37.001,80	\$40.701,98
Gastos de ventas					
Gastos financieros					
Ganancia antes de participación	\$-11.589,00	\$13.163,25	\$36.904,16	\$44.060,38	\$40.020,49
Participación trabajadores	\$0,00	\$0,00	\$1.974,49	\$5.535,62	\$6.609,06
Base imponible	\$-11.589,00	\$13.163,25	\$34.929,67	\$38.524,76	\$33.411,43
Impuesto a la Renta	\$0,00	\$0,00	\$2.895,92	\$7.684,53	\$8.475,45
Flujo neto	\$-11.589,00	\$13.163,25	\$32.033,76	\$30.840,23	\$24.935,99
Depreciaciones	\$1.246,75	\$1.246,75	\$1.246,75	\$1.246,75	\$1.246,75
Efectivo inicial	\$4.000,00	\$-7.589,00	\$5.574,25	\$37.608,01	\$68.448,24
Efectivo final	\$-7.589,00	\$5.574,25	\$37.608,01	\$68.448,24	\$93.384,22

Nota: Fuente: investigación

Elaborado por: la autora.

Tabla No. 11 Estado de pérdidas y ganancias considerando contratación de administrador

PROYECCIÓN DE ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS						
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ingresos Ventas	\$ 21.681,00	\$ 48.782,25	\$ 75.883,50	\$ 86.724,00	\$ 86.724,00	
(-) Costos Operacionales	\$ 5.470,00	\$ 5.039,00	\$ 5.341,34	\$ 5.661,82	\$ 6.001,53	
Utilidad Bruta	\$ 16.211,00	\$ 43.743,25	\$ 70.542,16	\$ 81.062,18	\$ 80.722,47	
Gastos No operacionales (admin. Y ventas)	\$ 27.800,00	\$ 30.580,00	\$ 33.638,00	\$ 37.001,80	\$ 40.701,98	
Utilidad Operacional	-\$ 11.589,00	\$ 13.163,25	\$ 36.904,16	\$ 44.060,38	\$ 40.020,49	
Gastos Financieros totales	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	
(-) Depreciaciones	\$ 1.246,75	\$ 1.246,75	\$ 1.246,75	\$ 1.246,75	\$ 1.246,75	
Utilidad Antes de Impuestos	-\$ 12.835,75	\$ 11.916,50	\$ 35.657,41	\$ 42.813,63	\$ 38.773,74	
Participación de Trabajadores 15%	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.787,48	\$ 5.348,61	\$ 6.422,04	
Impuesto a la Renta (según Código de la Producción)	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 2.621,63	\$ 7.451,39	\$ 8.242,30	
Utilidad Neta	-\$ 12.835,75	\$ 11.916,50	\$ 31.248,31	\$ 30.013,63	\$ 24.109,39	
Impuestos por pagar	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 4.409,11	\$ 12.800,00	\$ 14.664,35	

Nota: Fuente: Investigación

Elaborado por: la autora

Tabla No. 12 TIR, VAN, Costo-Beneficio y períodos de recuperación considerando contratación de administrador

Inversión para aplicación de estrategias y flujos netos						
Costos estimados	-\$19.587,52		flujo neto 0	-\$11.589,00		
Tasa de descuento	18,43%					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Flujo de caja	-\$31.176,52	\$13.163,25	\$32.033,76	\$30.840,23	\$24.935,99	
Flujo de caja descontado	-\$31.176,52	\$9.385,12	\$19.285,14	\$15.677,28	\$10.703,31	
TIR	62%					
VAN	\$ 45.609,2					
COSTO BENEFICIO	\$ 2,8					
PERIODO DE RECUPERACIÓN	3					
PERIODO DE RECUPERACIÓN DESCON	4					

Nota: Fuente: investigación

Elaborado por: la autora

Como se puede apreciar en la tabla precedente, los índices financieros más importantes, a pesar de que han bajado con relación al primer análisis, todavía muestran un escenario de factibilidad del proyecto, por lo que se recomienda su implementación.

CAPÍTULO III

DISEÑO Y ARQUITECTURA

3.1.- DESCRIPCIÓN DE LA EDIFICACIÓN Y DISPOSICIÓN DEL ESPACIO

El edificio donde se plantea la apertura del Hostal Casa Quilla está situado en las calles Valladolid, número E13-10, y Madrid, en el sector de la Floresta, en el centro norte de Quito.

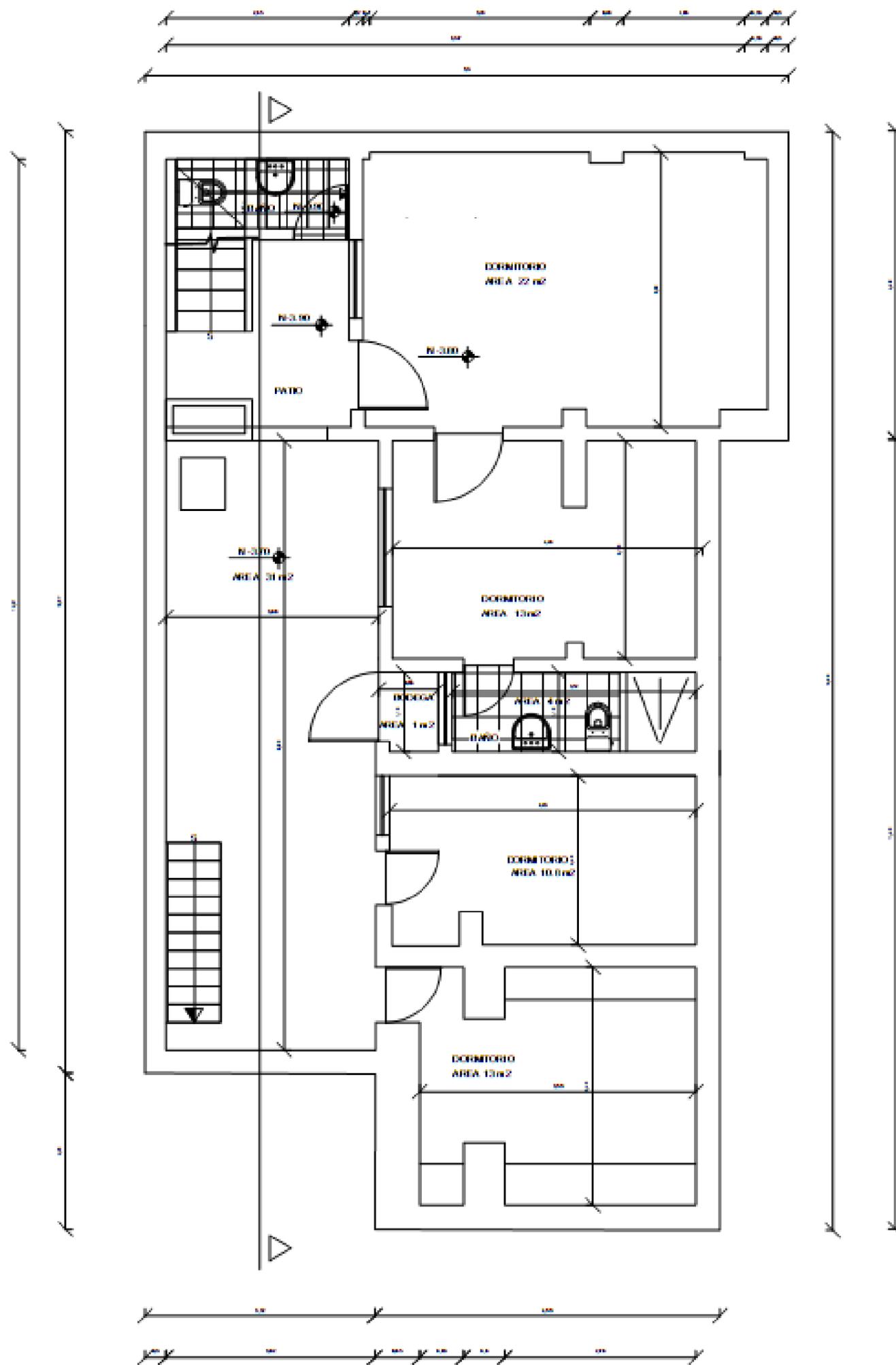
La casa está asentada sobre una superficie de 166,6 m². La edificación cuenta áreas sociales, de tránsito, recepción, cocina y área de parqueo. En lo que concierne al hospedaje propiamente dicho y como se anticipó en el capítulo anterior, cuenta con 9 habitaciones que dispondrían de espacio para un total de 22 espacios, divididos como se muestra en la tabla:

Tabla No. 13 Número de habitaciones y capacidad

Habitaciones simples:	2
Habitaciones dobles:	4
Habitaciones triples:	1
Habitaciones cuádruples:	1
Habitaciones quíntuples:	1

Nota: Elaborado por: la autora

El edificio cuenta con tres plantas (subsuelo, planta baja y segunda planta) en la que se dispondrán tanto habitaciones de alojamiento como espacios comunales para el uso de los huéspedes, adicionalmente se utilizarán espacios para bodega y área de recepción. Los planos de la estructura se presentan en las figuras No. 6, 7, 8 y 9.



PLANTA SUBSUELO

Figura No. 6 Plano de la planta subsuelo de la edificación

Elaborado por: la Autora

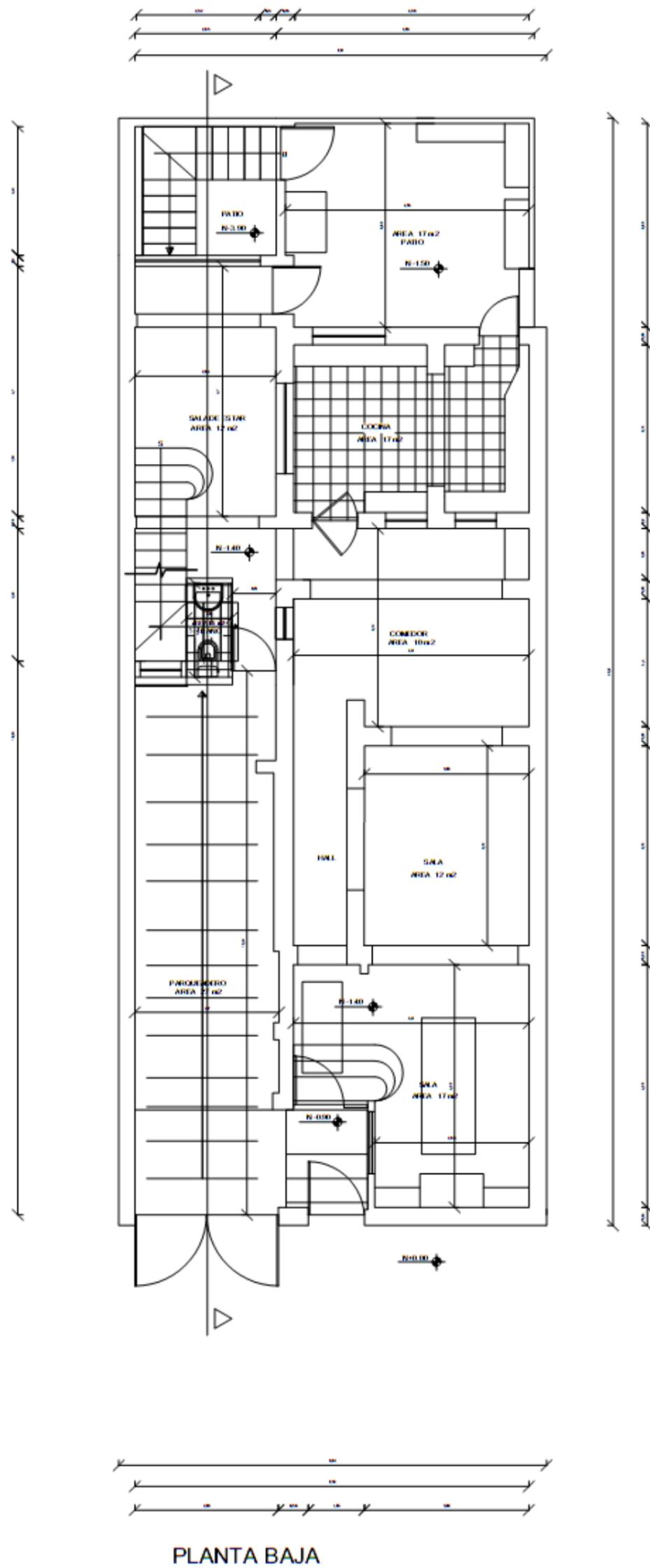
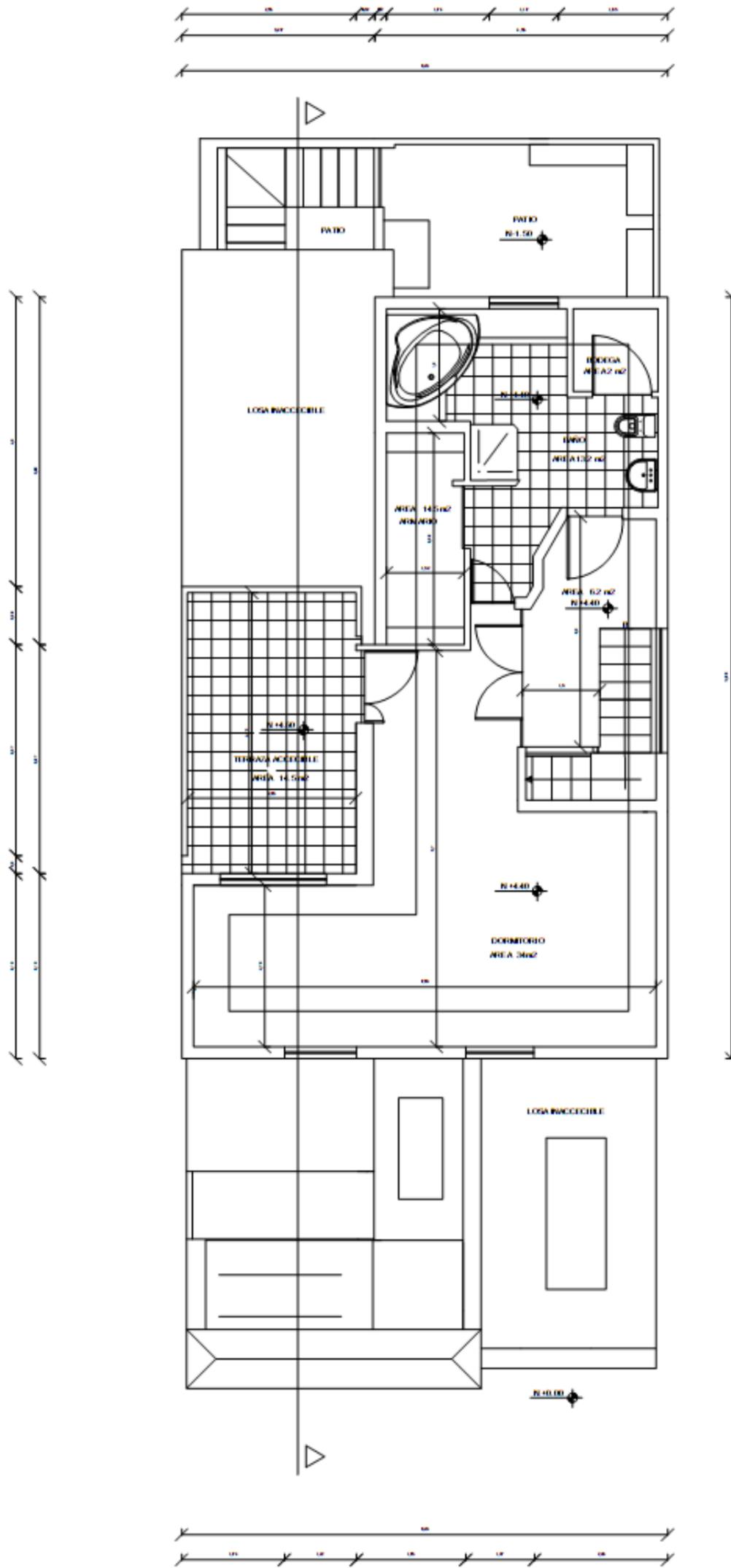


Figura No. 7 Plano primera planta

Elaborado por: la Autora



PLANTA TERCERA

Figura No. 9 Plano tercera planta

Elaborado por: la autora

3.2.- USO DEL ESPACIO

El análisis del espacio se realiza de acuerdo a la disposición actual de la edificación en la que se planea desarrollar el proyecto Hostal Casa Quilla. El espacio se utilizará de la siguiente manera, mostrada en la tabla No. 14:

Tabla No. 14 Uso del espacio para el hostel Casa Quilla:

Tipo de espacio	Área (en m²)	% de uso
Habitaciones	140,20 m ²	50,07%
Cocina	17,20 m ²	6,14%
Áreas comunales	88,60 m ²	31,64%
Área de recepción	12,00 m ²	4,29%
Bodegas y escaleras	22,00 m ²	7,86%
Área total	280 m ²	100%

Elaborado por: la autora

3.2.1. Dormitorios

Como se mencionó anteriormente, el hostel Casa Quilla contará con nueve habitaciones para dar alojamiento a un máximo de 22 huéspedes, en habitaciones con capacidad de uno a cinco ocupantes.

Como se puede observar, la edificación cuenta con el espacio suficiente para la ubicación de camas y literas para lograr la capacidad descrita.

Es importante mencionar que, como se acostumbra en locales de alojamiento como Casa Quilla, varias de las habitaciones no contarán con un baño exclusivo para la habitación sino que tendrá que ser compartido con huéspedes de otras habitaciones. Aunque no es lo óptimo, está

muy extendido en los hostales de la capital y se considera que no resulta un factor de debilidad del hostel frente a la competencia y el mercado en el que se desenvolverá.

3.2.2. Espacios comunales

El hostel Casa Quilla contará con amplios espacios para el uso común de los huéspedes. Cabe mencionar que, dentro de estos espacios, no se consideran los baños destinados para el alojamiento pues serán analizados en un acápite diferente.

Los espacios comunales estarán destinados tanto para el tránsito de los huéspedes y los empleados como para su uso como área de recreación. Como se ha mencionado con anterioridad, el hostel contará con un espacio destinado a sala de video y de intercambio de libros.

Uno de los aspectos importantes y que se considera como una fortaleza del hostel Casa Quilla, es la presencia de una cocina a disposición de los huéspedes para su uso. Esta facilidad, en varios hostales estudiados, presenta una ventaja ya que muchos de los huéspedes prefieren preparar sus alimentos en lugar de adquirirlos en un restaurante, debido a que de esta manera reducen los costos de su viaje. En el hostel Casa Quilla, en este sentido, la cocina será un área comunal de 17 m².

El estado actual de la cocina es bueno, no presenta marcas de humedad, los mesones están en perfecto estado al igual que el piso. Para la puesta en funcionamiento de la cocina solamente se necesita de la adquisición del menaje correspondiente

3.2.3. Baños, escaleras y bodegas

Los baños, como se mencionó con antelación, tienen el carácter de compartido entre algunas habitaciones. Los servicios se encuentran en excelentes condiciones, todos los sistemas funcionan a la perfección, hay buena presión de agua en todo el edificio, no hay marcas de humedad en las paredes ni techos.

Los baños se distribuyen de la siguiente manera:

Planta subsuelo: dos baños

Planta baja: un baño

Segunda planta: dos baños

Tercera planta: un baño

Con respecto a las escaleras, cabe señalar que el hostel Casa Quilla no cuenta con sistemas de elevación vertical. Las escaleras son amplias y permiten el paso de hasta dos personas al mismo tiempo; esto permite la movilidad humana y el transporte de equipaje sin inconvenientes.

CAPÍTULO IV

TALENTO HUMANO

4.1. CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO

. La legislación ecuatoriana establece la necesidad de la suscripción de un Contrato Individual de Trabajo para personas que realicen una actividad laboral. En este sentido, el Código del Trabajo señala que “Contrato individual de trabajo es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre”²³.

En el hostel casa Quilla se aplicará el siguiente modelo de Contrato Individual de Trabajo:

Hostal “Casa Quilla”

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO

A los _____ días del mes de _____ de _____, se reúnen por una parte hostel “CASA QUILLA”, representado en este acto por Xavier Fernando Cáceres Arrieta con C:I 0600926638 y a Miriam Cecilia Sigüenza Barreno con CI: 0601274145 en calidad de propietarios, al que en lo sucesivo se le denominará el EMPLEADOR y por la otra el/la señor(a) _____ con número de C.I. _____ a quien en lo sucesivo

²³ Código del Trabajo. (2005) Codificación 2005-017. Asamblea Nacional del Ecuador. Art. 8

se le denominará el EMPLEADO, suscriben el presente CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO al tenor de las siguientes:

CLAUSULAS

PRIMERA.- Este contrato se celebra por tiempo de un año contado desde la suscripción del mismo que inicia con un período de prueba de tres meses en el cual cualquiera de las partes puede dar por terminada la relación laboral conforme lo establece la normativa vigente. En caso de no manifestar lo contrario, al término de dicho período de prueba se considerará que el contrato se extiende por el resto del tiempo señalado.

SEGUNDA.- El EMPLEADO se obliga a prestar sus servicios personales subordinados a El EMPLEADOR consistentes en el puesto de RECEPCIONISTA Y ENCARGADO DE MANTENIMIENTO, desempeñándolos bajo la dirección y dependencia de EL EMPLEADOR y en general todos aquellos que estén relacionados con esa actividad como son de manera enunciativa y pero no limitada: Recepción de los huéspedes del hostel, labores de limpieza en el establecimiento, cobranza, control de los ingresos y salidas, informar a los propietarios de la marcha del establecimiento, seguimiento de clientes, elaboración de reportes de pago a proveedores, elaboración de recibos, asistencia a los huéspedes; sin perjuicio de cualesquiera otros que éste le encomiende, debiendo desempeñar sus servicios en el domicilio de la empresa ubicada en Valladolid E13-10 y Madrid.

TERCERA.- Los servicios contratados en los términos del presente contrato conforme a la cláusula que antecede los desempeñara en horarios rotativos, cumpliendo 40 horas de trabajo a la semana, conforme lo establece la normativa vigente.

CUARTA.- Por sus servicios a EL EMPLEADOR, durante la vigencia del presente contrato, EL EMPLEADO percibirá un salario mensual por la cantidad de \$318,00, con las deducciones correspondientes por aportaciones al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y los pagos adicionales que establece la ley. Dicho pago se realizará en el último día de cada mes.

QUINTA.- Las partes convienen en que los servicios de EL EMPLEADO son de carácter estrictamente confidencial, por lo que el puesto para el que será contratada se considerará de confianza para todos los efectos legales.

SEXTA.- EL EMPLEADO se obliga a conservar los muebles, enseres y demás material de la empresa en buen estado, a no sustraerlos del lugar de trabajo salvo por necesidades de servicio y con autorización expresa y por escrito de EL EMPLEADOR en el momento en que así se requiera por lo que en caso contrario se le responsabilizara de cualquier pérdida o faltante.

SÉPTIMA.- Ambas partes contratantes declaran que respecto a las obligaciones y derechos que mutuamente les corresponde en sus respectivas calidades y que no hayan sido motivo de cláusula expresa en el presente contrato, se sujetarán a las disposiciones de la Ley vigente, en particular a lo señalado en el Código de Trabajo. Además declaran sujeción a los tribunales y oficinas de conciliación pertinentes en caso de litigio.

El presente documento se suscribe por ambas partes y por el INSPECTOR DE TRABAJO COMPETENTE, a los _____ días del mes de _____ de _____.

El empleado

El empleador

El Inspector de trabajo

4.2. NÚMERO DE EMPLEADOS CON RELACIÓN DE DEPENDENCIA

En la creación del Hostal Casa Quilla se han considerado los siguiente aspectos para la determinación de las personas que trabajarán en dicho establecimiento.

- 1) El número de horas de labor: se entiende que por las actividades de hospedaje que ofrecerá el Hostal Casa Quilla, se requiere de la presencia permanente de, al menos, una persona que se encargue de la recepción y cuidado del local. Es decir que el local funcionará de manera permanente 168 horas a la semana.
- 2) El tipo y la cantidad de trabajo: Al tratarse de un hostel con las características señaladas en capítulos anteriores, se puede observar que una sola persona puede encargarse de todas las actividades requeridas en el establecimiento. Esto se debe a que no hay necesidad de una presencia permanente en la recepción, el número de habitaciones no es excesivo y el hostel no ofrecerá servicios de alimentación adicionales a la facilidad de uso de la cocina.
- 3) La legislación vigente: La norma ecuatoriana señala que un trabajador debe ejercer sus labores durante 40 horas a la semana, con la posibilidad de realizar labores en horas adicionales, con el pago de la remuneración correspondiente a dichos horarios adicionales.
- 4) Al inicio de las labores del Hostal Casa Quilla no se requerirá de la presencia de una persona encargada de la administración de forma permanente. Se estima que los propietarios podrán asistir de manera periódica al hostel para realizar las tareas de compra de materiales, revisión de los informes de los empleados y, en general, para resolver cualquier duda que se les presente a los mismos.

- 5) Conforme el tamaño de la empresa vaya creciendo, se requerirá de la asistencia de un administrador que trabaje de forma permanente en el Hostal para resolver cualquier inconveniente que surja, realizar compras, dar permisos a los empleados, y demás actividades.

Con los criterios señalados, se establece la necesidad de contratar bajo relación de dependencia a cuatro trabajadores que realizarán labores por 40 horas a la semana en horarios rotativos y dos horas adicionales cada uno siempre en horario diurno.

4.3. SALARIOS Y BENEFICIOS SOCIALES

4.3.1. Salarios

Debido a que el tipo de trabajo es relativamente sencillo y no requiere de conocimientos técnicos ni específicos, se ofrecerá a los empleados de Hostal Casa Quilla los salarios mínimos determinados anualmente por el Estado.

No obstante, si se logran resultados que permitan asegurar utilidades a la empresa, tal como señalan las leyes actualmente, se procederá a realizar los incrementos correspondientes para lograr el pago del denominado “salario digno”, tal como lo establece el artículo 9 del Código Orgánico de la Producción.

4.3.2. Seguridad social

La Constitución de la República del Ecuador señala que “El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas”²⁴, mientras que el Código del Trabajo (2005) indica que es obligación del empleador “inscribir a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, desde el primer día de labores, dando aviso de entrada dentro de los primeros quince días, y dar avisos de salida, de las modificaciones de sueldos y salarios, de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales, y cumplir con las demás obligaciones previstas en las leyes sobre seguridad social”²⁵.

El hostal Casa Quilla afiliará a sus trabajadores al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) desde el primer día de labores de cada uno, en sujeción a lo establecido por las normas legislativas vigentes.

La afiliación al IESS implica el pago de los denominados Fondos de Reserva, tras el primer año de labores del empleado.

4.3.3. Salarios adicionales

Según lo establece la legislación ecuatoriana, el Hostal Casa Quilla pagará a sus empleados, en los tiempo que indica la normativa vigente, los salarios adicionales correspondientes: décimotercer sueldo (total percibido durante el año, dividido para 12) y décimocuarto sueldo (un salario mínimo vital general por año).

²⁴ Constitución de la República del Ecuador. (2008). Asamblea Nacional Constituyente. Art. 34.

²⁵ Código del Trabajo, op. Cit. Art. 42, num. 31.

Estos valores serán calculados proporcionalmente en base a la fecha de ingreso del trabajador, como lo señala el Código del Trabajo en su artículo 113.

4.4. FICHAS DE REQUERIMIENTOS DE TALENTO HUMANO

Hostal “Casa Quilla”	
Ficha técnica de requerimientos de talento humano	
Cargo:	Empleado de recepción y mantenimiento
Número de empleados:	4
Nivel de instrucción mínimo:	Secundaria
Experiencia:	No requerida
Salario mensual:	\$318 más beneficios
Localización de labores:	Hostal Casa Quilla
Horarios de labores:	Rotativo
Funciones:	Atención en la recepción Limpieza y mantenimiento
Relaciones internas	Con los propietarios del hostel Casa Quilla y con el administrador, en caso de haberlo.
Relaciones externas	Clientes y proveedores

Hostal “Casa Quilla”	
Ficha técnica de requerimientos de talento humano	
Cargo:	Administrador del Hostal
Número de empleados:	1
Nivel de instrucción mínimo:	Tercer nivel (en carreras de administración de empresas turísticas o afines)
Experiencia:	No requerida
Salario mensual:	\$500 más beneficios
Localización de labores:	Hostal Casa Quilla
Horarios de labores:	En función de las necesidades, 40 horas por semana.
Funciones:	Control de las actividades del hostal Control de los empleados Cobros y depósitos de pagos Adquisiciones Marketing de la empresa
Relaciones internas	Con los propietarios del hostal Casa Quilla y con los empleados.
Relaciones externas	Clientes y proveedores

Es necesario recordar que no se establece la necesidad de contratar un administrador al inicio del proyecto, por su tamaño.

4.4.1. Detalle de los horarios de labores

Los empleados del Hostal Casa Quilla deberán ajustarse a los siguientes horarios de trabajo:

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
06:00	A	D	C	B	A	D	C
14:00	B	A	D	C	B	A	D
22:00	C	B	A	D	C	B	A

Cada uno de los empleados trabajará 40 horas a la semana, excepto el trabajador A que laborará 48 horas. La semana siguiente será igual pero iniciará con el empleado B que trabajará horas extras; y así sucesivamente.

4.4.2. Detalle de las funciones de los empleados

De manera general, los empleados del Hostal Casa Quilla se encargarán de la recepción del establecimiento y de su limpieza y mantenimiento. De forma más específica, las funciones de los empleados serán:

- Recepción de los huéspedes
- Control de los *check out*
- Llenado de hoja de registro del hostal
- Llenar informe diario de labores para los propietarios
- Entrega de toallas y menaje a los huéspedes
- Control del buen uso de la cocina y sus implementos

- Cobro y control de uso de lavadora y secadora
- Cobro por intercambio o compra de libros.
- Cobro por concepto de alojamiento
- Limpieza de las áreas comunales del hostal
- Control de la bodega
- Lavado y secado de sábanas, cobijas y toallas del hostal.
- Limpieza de las habitaciones y baños.
- Encargos adicionales solicitados por los propietarios.

4.5. TRABAJADORES SIN RELACIÓN DE DEPENDENCIA

4.5.1. Obra civil

Para el inicio de las operaciones en el Hostal Casa Quilla, como se ha señalado anteriormente, se requiere del levantamiento de dos paredes internas en el segundo piso que en la actualidad corresponden a una sala de música y videos.

Por otro lado se requiere de un mejoramiento de la pintura tanto interna como de la fachada del edificio. A esto se suma la instalación de chapas en las puertas de los dormitorios y otros trabajos de menor tamaño.

Se ha encontrado un valor de \$1300 para dichos trabajos de obra civil que incluyen los materiales.

4.5.2. Desarrollo página web

Dentro del marketing del Hostal Casa Quilla, uno de los elementos de mayor importancia es la creación y uso de una página web que ofrezca información sobre el Hostal y permita la realización de reservas a través de dicho medio.

La contratación del servicio de alojamiento se realizará con la empresa Just Host, con servidores en los Estados Unidos de América y que ofrecen espacio y líneas de correo electrónico ilimitadas por un precio de \$70 anuales.

Para el desarrollo de la página, se ha pensado en la contratación de una empresa local que se encargue del diseño e implementación de la página. Se ha elegido a “Tu Portal. EC” que presenta planes convenientes en precio y calidad. El costo de este servicio es de \$650.

CAPÍTULO V

MARKETING

5.1.- OBJETIVOS DE MARKETING

El presente capítulo está dirigido hacia el logro de los siguientes objetivos:

- Desarrollar estrategias de marketing que permitan difundir las actividades y los servicios que ofrece el Hostal Casa Quilla.
- Crear conciencia de marca en el segmento de mercado escogido en la etapa de diseño del proyecto.
- Obtener un crecimiento sostenido en los volúmenes de venta para conseguir, al menos, los porcentajes de ocupación previstos.

5.1.1. Estrategia de enfoque o alta segmentación.

Le estrategia se enfoque o de alta segmentación se implementa cuando las organizaciones atienden a mercados muy segmentados y generalmente pequeños en comparación con el mercado total de la industria, como es el caso del Hostal Casa Quilla. Como lo señaló M. Porter (1998), “la empresa que logra una alta segmentación también está en condiciones de alcanzar rendimientos mayores al promedio para su sector industrial. Su enfoque significa que, o bien, tiene una posición de costo bajo con su objetivo estratégico, o a la alta diferenciación, o ambas”²⁶.

²⁶ Porter, M. (1998). *Estrategia Competitiva*, México: Editorial Continental. p. 96

La estrategia propuesta se orientará en ambas direcciones señaladas; por una parte el hostel Casa Quilla se diferenciará por sus precios que serán relativamente bajos en comparación con los de la competencia. Por otro lado, se busca mejorar la experiencia del cliente en un ambiente acogedor y dinámico, particularmente atractivo para el segmento de mercado que se ha decidido atender.

5.1.2. Estrategia de posicionamiento

La posición del hostel Casa Quilla se determina por sus atributos. Según Philip Kotler y Gary Armstrong (2003), la posición de un producto “es la forma en la que los consumidores definen el producto con base en sus atributos importantes; el lugar que el producto ocupa en la mente de los consumidores, en relación con los productos de la competencia”²⁷.

El Hostel Casa Quilla buscará posicionarse en el mercado con base en sus ventajas competitivas entre las que destacan ubicación del establecimiento, calidad en la experiencia de alojamiento y servicio. Con estos puntos se pretende lograr una diferenciación con otros hostales competidores del área y de la ciudad, en general junto con un bajo precio.

Adicionalmente, se tratará de destacar el mensaje de que el hospedaje en Hostel Casa Quilla es sinónimo de juventud y alegría. Una experiencia acogedora.

²⁷ Kotler, P. y Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación. p. 260

5.2. MEZCLA DE MARKETING

La mezcla de marketing es, según Kotler y Armstrong, “el conjunto de herramientas tácticas controlables de marketing que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado meta”²⁸.

A continuación se detalla la mezcla de marketing a utilizar en el target escogido:

5.2.1. Producto

“El producto no existe como tal, sino como un conjunto de atributos o características de aquél, que en principio son capaces de reportarle al comprador algún beneficio con relación a los usos o funciones buscados (es decir, a sus necesidades)” (Kotler, 2007).²⁹

El Hostal Casa Quilla ofrecerá a sus clientes algo más que alojamiento: se ofrecen facilidades turísticas tales como cercanía a sitios de interés histórico en la capital del Ecuador y centros de entretenimiento y actividades turísticas en general. A esto es necesario sumar la importancia de contar con facilidades como internet, servicio de wifi, lavandería, cocina y área de video y encuentro social que hará de la experiencia del cliente algo único.

De lo que se trata es de ofrecer a los huéspedes un ambiente de relajación y libertad, concepto que se identifica con la meta etárea a la que se pretende llegar con mayor fuerza en las operaciones del hostal.

Las estrategias de producto del hostal Casa Quilla serán las siguientes:

²⁸ Kotler y Armstrong, Op. Cit. 2003, P. 63

²⁹ Kotler, P. (2007). *Marketing para Turismo*, Barcelona: Prentice Hall. p.193

- Ofrecer a los clientes servicios adicionales a los de hospedaje como conexión inalámbrica a Internet, lavandería, uso de cocina, área de video, etc.
- Brindar a los huéspedes atención personalizada a sus requerimientos e inquietudes.
- Mantener un ambiente de relajación y libertad que será mostrado y mantenido a los clientes.
- Presentar siempre las instalaciones limpias y ordenadas.
- Brindar la seguridad pertinente dentro de las instalaciones del hostel por medio de adecuados sistemas como la instalación de alarmas, caja fuerte, etc.
- Prestar atención al detalle.
- Brindar, en la medida de las posibilidades, asesoría y ayuda a los turistas en situaciones no relacionadas con el turismo pero que pueden crear una buena imagen del servicio prestado como en el caso de requerir atención médica y odontológica, en el registro de actividades turísticas complementarias, etc.

5.2.2. Precio

“El precio es la cantidad de dinero cobrada por un producto o un servicio. Más precisamente, el precio es la suma de valores que los consumidores cambian por el beneficio de tener o utilizar un producto o un servicio”³⁰. El precio es el único componente del marketing mix o mezcla de marketing que genera ingresos para el negocio.

³⁰ Kotler, P. Op. Cit. 2007, p. 281

Para la fijación de precios del hostel Casa Quilla se han tomado en cuenta los siguientes aspectos:

- Costos de operación
- Precios de la competencia directa
- Precios de la competencia indirecta
- Nivel de la inversión inicial del proyecto
- Proyecciones de ingreso de los propietarios

El Hostel Casa Quilla, siendo parte de la industria de alojamiento, es una empresa que presenta las características de competencia perfecta (debido a que existen muchos oferentes). Este tipo de mercados se caracteriza porque las estrategias de precio son de suma importancia y afectan significativamente al conjunto de operaciones del establecimiento. En pocas palabras, el precio es un componente que determina en gran medida el éxito del marketing del Hostel Casa Quilla.

No solo se debe atender al precio como un valor fijo que garantiza una buena estrategia sino que este depende en gran medida de la percepción del cliente respecto al producto. Es importante analizar las motivaciones de los consumidores y qué es lo que crea valor dentro de la experiencia del huésped.

La estrategia que utilizará en el Hostel Casa Quilla será la de fijación de precios bajos (\$15 por noche por espacio de alojamiento) para lograr penetración de mercados para cautivar a los clientes futuros. Se busca que el mantenimiento de precios bajos incremente las ventas en un tiempo acelerado.

Además de lo anterior, se realizará la aplicación de las siguientes estrategias:

- Descuentos por estancias largas que se ofrecerá a estudiantes internacionales o para turistas que se queden por temporadas relativamente extensas.
- Descuentos en los precios de hospedaje en temporada baja.
- Descuentos en los precios por reservación con más de seis meses de anticipación.

5.2.3. Plaza

Como lo señala Philip Kotler (2007). “un canal de distribución es un conjunto de organizaciones comprometidas en el proceso de hacer que un producto o servicio esté disponible para el consumidor o para una empresa-cliente”³¹

La distribución es un punto importante a considerar dentro de la mezcla de marketing, ya que esta herramienta es la que permite tener una presencia permanente, lo que se traducen en una ventaja competitiva a largo plazo.

Como se mencionó, los sistemas de marketing y distribución hacen que los productos lleguen a los consumidores; sin embargo, la característica de la industria del turismo es que se debe llevar al cliente hacia el producto.

En el caso del hostel Casa Quilla se ha determinado que los canales de promoción serán:

- Canales directos físicos
- Canales directos electrónicos
- Agentes de viajes

³¹ Kotler, Philit. Op. Cit. 2007 p. 312

- Otros tipos de agentes.

Uno de los aspectos clave es el uso de canales electrónicos de promoción. En la actualidad, y con mayor fuerza en países europeos, norteamericanos y algunos asiáticos (que es el lugar de origen de los clientes meta), el Internet se ha convertido en un canal de distribución de enorme impacto además de bajo costo. Algunas de las ventajas del Internet como medio de distribución son:

- Nunca cierra, permanece disponible 24 horas de día, todos los días de la semana.
- Es un medio global. Está en todas partes.
- Es un medio audiovisual y textual, por lo que tiene gran impacto.
- En la web 2.0 se ha prestado mayor interés en la interactividad de las acciones y relaciones entre el usuario y el sistema.
- Inmediatez en la comunicación.

La estrategia primordial para usar en lo que respecta a la plaza será el uso de la página web del hostel que se desarrollará desde el inicio del proyecto (www.casaquilla.com). La página web contará con un espacio para realizar reservaciones y pagos.

5.2.4. Promoción

La promoción es uno de los componentes de la mezcla de marketing que se centra en la información de los demás componentes a los clientes reales y potenciales para lograr un posicionamiento del producto.

La promoción debe dar un mensaje coherente a los clientes sobre los demás aspectos señalados (producto, plaza y precio) para generar reconocimiento del servicio y la empresa. Se trata de informar, persuadir y lograr que se recuerde la existencia de un producto y/o servicio para que los clientes se motiven adquirirlo.

Para realizar una promoción eficiente, se deben combinar elementos como, publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, venta personal. Esta combinación se realiza considerando elementos como el mercado meta, naturaleza del producto y/o servicio y el presupuesto para la promoción.

Para la promoción de los servicios que ofrecerá el Hostal Casa Quilla, se utilizarán las siguientes estrategias:

- Publicidad pagada
- Publicidad no pagada
- Merchandising visual (folletos y afiches)
- Relaciones Públicas
- Venta personal.

Dentro de la publicidad pagada se considera el uso de los siguientes medios:

Guías del Viajero: El hostel Casa Quilla estará presente en guías del viajero que se publican en la ciudad de Quito y se entregan gratuitamente como “Explorer” que tiene un costo de publicación en páginas interiores de entre \$50,00 y \$500 dependiendo del tamaño del anuncio, la localización del mismo y si es a color o no. Se estima un costo anual de \$500

Internet: Se utilizará este medio, como se ha indicado anteriormente, tanto como la plaza como medio de promoción. Este medio es de gran importancia debido a lo económico que resulta y su capacidad de alcance. Además de presentar la imagen de la empresa, por este medio se podrán contestar todas las inquietudes y comentarios de los clientes potenciales, lo que además es un buen referente para mostrar la calidad del servicio que ofrece Hostal Casa Quilla. Como se anotó anteriormente, el costo aproximado de contratar el servicio de internet es de \$70,00 anuales.

La publicidad no pagada se centrará en la publicación de elementos textuales y visuales en páginas web especializadas, directorios, blogs, redes sociales y demás elementos importantes dentro de Internet. Por otro lado, se procurará realizar alianzas con negocios de turismo como operadoras, escuelas de baile y de idiomas y demás centros relacionados con el turismo que puedan ayudar a la promoción del Hostal Casa Quilla de manera gratuita.

El merchandising visual se realizará por medio de panfletos y demás elementos impresos que serán entregados en el área de La Mariscal, el Centro Histórico de Quito y el valle de Guápulo. Habrá dos tipos de materiales impresos: materiales masivos que serán impresos por medio de imprentas locales, bajo cotización y materiales en número bajo que serán impresos dentro del propio hostel en la impresora de recepción. Se estima un costo anual de \$600 en este rubro. En la figura siguiente se puede observar un modelo de elemento impreso para ser dejado en lugares turísticos de Quito tales como restaurantes, bares y negocios relacionados.



The best accomodation in Quito!!!

- Private rooms and dorms
- Nice environment
- Internet, kitchen and loundry facilities
- Great location

Visit our website:
www.casaquilla.com

Hostal Casa Quilla www.casaquilla.com														
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Figura No. 10. Ejemplo de material impreso para promoción

Elaborado por: la autora

5.2.4.1 Presupuesto para la promoción

A continuación se detalla un presupuesto para la promoción del hostel Casa Quilla para su primer año de funcionamiento. Como dato importante se debe mencionar que no se incluye el rubro de desarrollo de la página web ya que no es un valor que vaya a ser pagado cada año sino una sola vez.

Tabla 14. Presupuesto de la promoción del Hostel

Concepto	Valor
Publicidad pagada	\$500
Servicio de Internet	\$70
Merchandising impreso	\$600
TOTAL	\$1.170

Nota: Elaborado por: la autora

CAPÍTULO VI

PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO

6.1.- CONSIDERACIONES INICIALES

A lo largo del presente trabajo se ha revisado la implementación del proyecto que, para ser realizado, requiere de una inversión inicial que servirá para la obra civil, el desarrollo de la plataforma de promoción electrónica, la compra de la mueblería y los menajes necesarios, etc.

Algunos puntos de importancia para el diseño del presente presupuesto son:

- En los casos de especialización (tales como obra civil, desarrollo de página, web, etc.) se han solicitado cotizaciones a profesionales en el área y se han reflejado los más convenientes en la relación calidad-precio.
- Para la recopilación de información relacionada a muebles, enseres y equipos, en general, se ha consultado los precios en páginas web como mercado libre y otras.
- En todos los materiales, se ha consultado el precio de elementos nuevos.

6.2. PRESUPUESTO

6.2.1 Obra civil

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Obra civil: Trabajo de albañilería y carpintería (levantamiento de paredes de dormitorio donde se encuentra sala de estar, cambio de chapas en las puertas, pintura interna y fachada,	1	1300	1300

incluye materiales)			
TOTAL			1300

6.2.2. Desarrollo de página web y promoción primer año

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Diseño de la página web	1	650	650
Publicidad pagada	1	500	500
Servicio de Internet	1	70	70
Merchandising impreso	1	600	600
TOTAL			1820

6.2.3. Muebles, enseres y menaje en general

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Camas plaza y media	12	65	780
Literas	5	180	900
Sábanas	30	11	330
Cobijas	25	8	200
Colchón	22	80	1760
Cubrecama	25	12	300
Toallas	35	5,7	199,5
Veladores	17	55	935
Cocina (Whirpool 6 quemadores y horno)	1	760	760
Refrigeradora (marca Whirpool 14 pies ³)	1	640	640
Lavadora 38 lb. Whirpool	1	760	760
Secadora 38 lb. Whirpool	1	570	570
Olla de presión 3lt	2	34,21	68,42

Ollas y sartenes (juego 6 piezas)	2	78	156
Vajilla 20 piezas (4 personas)	4	18	72
Vasos (6 unidades)	4	4,9	19,6
Waflera UMCO	1	45,21	45,21
Licuada UMCO	1	37,41	37,41
Cubiertos (24 piezas 6 personas)	4	20	80
Mesas plásticas	3	25	75
Sillas plásticas	12	5	60
Juego de sala	1	598	598
Puf	5	25	125
Escritorio recepción en L	1	199	199
Librero (MDF)	2	70	140
Computadoras de escritorio para sala de internet (2gb RAM, Intel Dual Atom, 1,8 ghz)	3	330	990
Computadora de escritorio para recepción y administración (Intel Pura Core I7, 4gb RAM, 2,8 ghz, 1tb memoria)	1	804,99	804,99
Televisor 32 pulgadas para sala (LG LCD)	1	548	548
Blu Ray (3d full hd, lector de DVD, Sony)	1	219,99	219,99
Extintor 10lb	4	23,6	94,4
TOTAL			12467,52

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES

A lo largo del presente documento se ha demostrado con suficiencia la factibilidad financiera, administrativa, legal y técnica de la creación del Hostal Casa Quilla en el sector de la Floresta (zona centro-norte de la capital ecuatoriana).

Es preciso destacar los resultados del análisis financiero realizado en el que se obtuvieron índices muy prometedores como la Tasa Interna de Retorno que alcanzó un 115% y el Valor Actual Neto del proyecto que llegó a un monto de \$65.134,90. Junto a estos, se presentaron varios índices que coincidieron en la viabilidad y rentabilidad de la creación del Hostal Casa Quilla.

Al realizar el análisis financiero de la implementación del proyecto considerando la contratación de un administrador para el establecimiento, se obtuvieron también índices financieros positivos (TIR: 62%; VAN: \$45.609,20; Costo-Beneficio: \$2,8 por cada dólar invertido y período de recuperación descontado: cuarto año de implementación). Todos los índices señalan la factibilidad financiera del proyecto.

Una de las mayores fortalezas del proyecto es su localización. Como se demostró en el presente trabajo, el establecimiento donde se plantea la creación del Hostal Casa Quilla se encuentra muy cerca de los principales focos de atracción del turismo extranjero: Centro Histórico, sector de la Mariscal, Valle de Guápulo, etc. Adicionalmente, el establecimiento está en un barrio que cuenta con varias facilidades como supermercados, bancos, paradas de transporte público, cooperativas de taxis, etc.

La implementación del proyecto contempla un valor marginal para el rubro de obra civil por dos razones fundamentales: por una parte, la edificación se encuentra en excelentes condiciones físicas y no requiere de mayor esfuerzo para su adecentamiento; y, por otra parte, el establecimiento cuenta con casi todas las habitaciones contempladas en el proyecto y solamente se requiere del levantamiento de dos paredes adicionales para incluir una habitación extra.

El concepto del Hostal Casa Quilla se caracteriza por ofrecer a los huéspedes un ambiente relajado y acogedor, brindando, a la vez, facilidades complementarias como el uso libre de cocina y área de terraza, área de lavado, bodega, servicio libre de internet y caja fuerte. Estos son, a criterio de la autora, algunos puntos favorables adicionales para el proyecto, considerando el segmento de mercado al que está dirigido.

A pesar de lo indicado en los párrafos precedentes, cabe señalar que existe competencia directa e indirecta en el sector donde se plantea el proyecto; la estrategia que se recomienda seguir para contrarrestar este hecho es una mezcla de mercadotecnia en que se tenga en cuenta el producto (con servicios complementarios como internet y uso de la cocina; servicio de calidad, limpieza y orden, etc.), precio (muy competitivo frente a los establecimientos similares del sector), plaza (con una plataforma virtual atractiva y con venta directa) y promoción (a través de revistas especializadas, internet y merchandising impreso).

En virtud de lo señalado, se recomienda el uso de los datos del presente informe como base para la futura creación del Hostal Casa Quilla en los mismos términos en los que se ha diseñado.

REFERENCIAS

Banco Central del Ecuador. (2013).

Código del Trabajo. Codificación No. 17. (2005).

Colegio de Arquitectos de Quito. *Régimen del Suelo del Distrito Metropolitano de Quito corresponde a la codificación de los textos de las ordenanzas metropolitana N° 095 y 107*. Disponible en <http://cae.org.ec/ordenanzas/Q22.pdf>. Recuperado 25/02/2013

Constitución de la República del Ecuador. (2008).

Corporación Metropolitana de Turismo. (2008). *El perfil del turista de Quito*.

Hernández, G. (2006). *Diccionario de Economía*. Medellín: EdUCC.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.

Kotler, P. (2007). *Marketing para Turismo*, Barcelona: Prentice Hall.

Marín, A. C. (2006). *Especialidad Administración Gerencial*. Sevilla. Editorial Mad S.L.

Porter, M. (1998). *Estrategia Competitiva*, México: Editorial Continental.

Microsoft Encarta, (2010).

Ministerio de la Coordinación de la Política Económica. *Indicadores macroeconómicos junio 2012*. <http://www.politicaeconomica.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/junio-web-2012.pdf>

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. *Régimen del Suelo del Distrito Metropolitano de Quito corresponde a la codificación de los textos de las ordenanzas metropolitana N° 095 y 107*.

----- *Cifras Quito*. Disponible en <http://www.quito.com.ec/centrometropolitano/index.php/la-ciudad/sector-productivo/6-quito>. Recuperado 07/02/2013

----- *Quito despega al futuro y se fortalece como puerta de entrada al Ecuador*. Disponible en

<http://www.quito.com.ec/blog/index.php/entry/quito-despega-al-futuro-y-se-fortalece-como-puerta-de-entrada-al-ecuador>. Recuperado 07/02/2013

-----, *La Floresta*. Disponible en
<http://www.quito.com.ec/index.php/explora-y-disfruta/barrios-turisticos/la-floresta>.
Recuperado 25/02/2013

PIB – Producto Interno Bruto. Econlink, Argentina. <http://www.econlink.com.ar/dic/pib.shtml>

Policía reconoce Incremento en Índices de Delincuencia. Revista Vistazo. 27/03/2009

Real Academia Española. (2010). *Diccionario*.

Vértice (ed.). (2008). *Gestión de Hoteles*. Málaga, España. Editorial Vértice.

<http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>

<http://www.crecenegocios.com/retorno-sobre-la-sobre-inversion-roi/>