

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

**Diseño, arquitectura y plan operativo para Hotel Boutique en
Checa**

Sofía Paz Borja

Viviana Estefanía Salazar Rosero

Mauricio Cepeda, MBA., Director de Tesis

Tesis de Grado presentada como requisito
para la obtención del Título de Licenciada de Administración de Empresas de
Hospitalidad

Quito, mayo de 2014

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

HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS

**Diseño, arquitectura y plan operativo para Hotel Boutique en
Checa**

Sofía Paz Borja
Viviana Estefanía Salazar Rosero

Mauricio Cepeda, MBA.

Director de Tesis



Mauricio Cepeda, MBA.

Decano Colegio de Hospitalidad,

Arte Culinario y Turismo



Quito, mayo de 2014

© 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: Sofia Paz Borja

C. I.: 1716752850

Firma: Vivi Salazar

Nombre: Viviana Estefanía Salazar Rosero

C. I.: 1713478194

Fecha: Quito, mayo de 2014

Resumen

El proyecto de diseño, arquitectura y plan operativo para Hotel Boutique en Checa se trata del diseño arquitectónico de todo el proyecto en el terreno que se consideró construir. En el diseño se encuentra todo el diseño de los diferentes tipos de pisos en donde los huéspedes van a transitar y en también se encuentra el diseño de cada tipo de habitación que se va a vender. El plan operativo se encuentra la parte de marketing del hotel de cómo se va a promocionar en el mercado de manera nacional e internacional, seguido por recursos humanos que es la parte fundamental del negocio y que está conformada por sus empleados y los gerentes administrativos que van a manejar el lugar y por último el presupuesto que se va a invertir en todo el proyecto esta detalladamente explicado. Una parte del plan operativo también se encuentra el departamento de alimentos y bebidas y su funcionamiento.

Abstract

The project design, architecture and operational plan for Boutique Hotel in Checa it is the architectural design of the entire project on the ground that it considered building. The design is the design of all the types of floor where guests will move and is the design of each type of room you are going to sell. The operational plan are conformed by the marketing side of the hotel how it will promote market both internationally and domestically, followed by human resources is the fundamental part of the business and is comprised of employees and administrative managers who are manage the place and finally the budget that is going to invest in this project all is explained in detail. Part of the operational plan is also the department of food and beverage operation.

Contenido

1	DISEÑO Y ARQUITECTURA	10
1.1	Descripción de la Propiedad	10
2	PROGRAMA DE ESPACIO	11
3	DIAGRAMAS DE RELACION ESPACIAL	11
3.1	GRÁFICO N° 1	12
4	GUESTROOM FLOOR	12
4.1	Eficiencia del Guest Room Area	12
4.2	Definición del Guest Room Mix	13
4.3	Guest Room Design	13
5	PUBLIC SPACE DESIGN	14
6	BACK OF THE HOUSE	15
6.1	Descripción de la cocina	15
6.2	Área de bodegas	16
6.3	Oficinas	16
6.4	Recibidor y basura	16
6.5	Área de empleados	16
6.6	Lavandería y Housekeeping	16
7	PROGRAMA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS/ RESTAURANTE	17
7.1	Costos de Alimentos y Bebidas:	18
8	RECURSOS HUMANOS	21
8.1	Cultura Organizacional	21
8.2	Misión	22
8.3	Visión	22
8.4	Valores	22
8.5	Organigrama	23
8.6	Departamento Administrativo	24
8.7	Departamento de A&B	25
8.8	Departamento de Housekeeping y Mantenimiento	26
8.9	Front Desk	27
9	PLAN DE COMUNICACIÓN DE MARKETING	28
10	ESTRATEGIA DE MARKETING	30
10.1	MARKETING MIX	31

11	PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO.....	34
12	CONCLUSIONES.....	35
13	BIBLIOGRAFIA.....	37

1 DISEÑO Y ARQUITECTURA

1.1 Descripción de la Propiedad

Camino Real Hotel Boutique está ubicado en la Parroquia de Checa a aproximadamente una hora de la ciudad de Quito. El terreno tiene 12 672 m², de los cuales, el 15% presenta una construcción.

Las áreas que producen utilidades son: 15 habitaciones que se dividen en 2 suites, 3 habitaciones matrimoniales, 4 habitaciones dobles, 4 habitaciones simples, y 2 habitaciones equipadas para personas con capacidades especiales. El área de Alimentos y Bebidas presenta un comedor con capacidad para 20 comensales.

Las áreas que no producen utilidades son el parqueadero, el área de servicio, cocina, housekeeping, bodega, y jardín.

En el Anexo 8, Visibilidad Satelital del Lugar de Construcción, se encuentra la implantación de la construcción en el terreno y diferentes accesos.

2 PROGRAMA DE ESPACIO

Área	M ²	%
Parqueadero y circulación vehicular	1267	9.99%
Instalaciones	1901	15%
Áreas Verdes	4182	33%
Área de Alimentos y Bebidas	633,6	5%
Cocina y Servicio	633,6	5%
Hall Principal	126,7	0.99%
Área Administrativa	633,6	5%
Huertos	633,6	5%
Área de Recreación	633,6	5%
Habitaciones	1901	15%
Área de estar y circulación	126,7	0.99%
Total	12672	

Elaborado por: Autoras

Tabla 1 Programa de Espacio

3 DIAGRAMAS DE RELACION ESPACIAL

En el Gráfico 1 se presenta un diagrama de relación de actividades, en el cual se establece a través de un rango entre 2 (esencial), 1 (deseable), y 0 (innecesario), la cercanía entre áreas, de manera que el hotel sea funcional.

3.1 GRÁFICO N° 1

Actividad	Bodega	Cocina	Housekeeping	Habitaciones	Restaurante	Lobby	Huertos	Jardín	Gallinero	Parqueadero
Bodega	0	2	2	0	2	0	1	0	1	2
Cocina	2	0	0	0	2	0	2	1	2	
Housekeeping	2	0	0	2	0	1	0	0		
Habitaciones	0	0	2	0	0	2	2			
Restaurante	2	2	0	0	0	1				
Lobby	0	0	1	2	1					
Huertos	1	2	0	2						
Jardín	0	1	0							
Gallinero	1	2								
Parqueadero	2									

Elaborado por: Autoras

Gráfico No. 1 Diagrama de relación espacial

4 GUESTROOM FLOOR

En el anexo 12 se encuentra el plano de las habitaciones en donde se puede observar el plano de cada una de las habitaciones (Suite, Habitación Simple, Habitación Doble, y Habitación para personas con capacidades especiales).

4.1 Eficiencia del Guest Room Area

El porcentaje de habitaciones es el 15%. La construcción principal está compuesta de dos pisos en donde presenta escaleras, pasillos de acceso para crear accesibilidad para el personal de housekeeping. En el Anexo 4, Planta General, se observa de una mejor manera la división de cada piso.

4.2 Definición del Guest Room Mix

La construcción principal está compuesta por 15 habitaciones que se dividen en 2 suites, 3 habitaciones matrimoniales, 4 habitaciones dobles, 4 habitaciones simples, y 2 habitaciones equipadas para personas con capacidades especiales.

4.3 Guest Room Design

Los colores predominantes en el diseño de las habitaciones del hotel serán café, verde oscuro, y blanco, con un estilo rústico.

Camino Real Hotel Boutique contará con 5 distintos tipos de habitaciones: simples, matrimoniales, dobles, suites y matrimoniales para personas con capacidad limitada. Es importante que los amenities y decoración de las habitaciones vayan acorde con el concepto rústico y lujoso del hotel. Todas las habitaciones tendrán un aspecto rústico con decoraciones y muebles de madera. Las paredes son de ladrillo e irán pintadas de colores elegantes y opacos como beige, habano, verde oliva y terracota. Todas las habitaciones tendrán cuadros de artistas ecuatorianos, que estarán a la venta para los huéspedes. De esta forma, se promocionará la cultura y talento ecuatoriano. Además, estos cuadros contribuirán con la apariencia de las habitaciones y serán un apoyo para el concepto del hotel. La iluminación juega un papel importante, ya que el uso de lámparas de color tenue brindará una ambientación acogedora. Los huéspedes tendrán la opción de regular la iluminación a su gusto para que se sientan más cómodos. En cuanto a los amenities, todas las habitaciones contarán con televisión con cable, wifi, reloj despertador, teléfono y bata de baño. Por otro lado, los productos de aseo serán hechos en Ecuador con productos ecuatorianos. Esto no solo brinda un valor agregado para el huésped, sino que también se impulsa la industria ecuatoriana y se da a conocer los productos característicos del país.

Todas las habitaciones tendrán una decoración similar, a pesar de tener ciertas diferencias. Las camas tendrán sábanas, plumones y almohadas blancas. Estas serán decoradas con una cobija típica otavaleña que irá doblada al pie de la cama y brindará color al cuarto. Las habitaciones simples y dobles tendrán camas de una plaza y media, las matrimoniales camas de dos plazas y media y las suites tendrán camas de tres plazas. Las suites serán las únicas habitaciones que tendrán una mesa pequeña con sillas para poder sentarse, usar de apoyo o realizar alguna actividad. Por otro lado, estas habitaciones contarán con un pequeño balcón para poder apreciar el contacto con el exterior. Además, las suites cuentan con un baño un poco más grande, donde se incluirá un jacuzzi para el uso de los huéspedes. Las habitaciones para personas con discapacidad limitada también deberán tener ciertas características especiales para su uso adecuado. Las puertas y los espacios de circulación serán más anchos para la comodidad en caso de que un huésped use silla de ruedas. También se incluirán barandas al lado del inodoro y adentro de la ducha para que sirvan de apoyo para el huésped. Para su comodidad, es importante la ubicación correcta de interruptores y enchufes. De esta forma, el huésped no tendrá que inclinarse para conectar un cable ni tendrá que pararse para prender y apagar la luz.

5 PUBLIC SPACE DESIGN

La entrada de Camino Real Hotel Boutique tendrá una puerta grande con tonalidades marrón, por la cual pueden ingresar tanto autos como peatones. A continuación se encontrará un camino creado con flora de la zona que guíe a los huéspedes hacia la entrada del lobby, y también hacia las áreas de recreación.

El lobby constituye un espacio amplio en el cual se colocarán diferentes partes de diarios alrededor; en este espacio, los huéspedes podrán dejar plasmadas sus experiencias con el hotel. Se ubicarán cuadros con paisajes de Ecuador en las paredes tanto del lobby como el resto del hotel.

El restaurante se encuentra en la parte lateral del hotel en una construcción externa junto a las habitaciones. La cocina tiene dos espacios, uno abierto, y uno cerrado. En la zona abierta, los huéspedes tendrán la oportunidad de observar, interactuar, y aprender con personas especializadas en comida ecuatoriana, cómo se prepara y sirve. En la zona cerrada, se ubicarán los equipos de manera funcional para realizar la producción de alimentos y bebidas para los huéspedes. En el anexo 12 se encuentra el plano del área de Alimentos y Bebidas.

El espacio de áreas verdes y huertos del hotel representa un alto porcentaje del espacio. Este está diseñado de manera funcional ya que los huéspedes podrán cosechar por sí mismos los diferentes vegetales, frutas, y huevos para la realización de su comida.

6 BACK OF THE HOUSE

El back of the house se diseñó de una manera funcional para que el desempeño de los empleados sea eficaz y eficiente.

6.1 Descripción de la cocina

La cocina cuenta con una bodega, dos cuartos fríos, zona de repostería, oficina del chef, y estantes para colocar los utensilios. Además, se colocará un área de sanidad.

6.2 Área de bodegas

Se contará con dos bodegas para Alimentos y Bebidas. Estas contendrán anaqueles etiquetados con los productos secos. Una se encuentra dentro de la cocina y otra en la parte colateral del hotel. Además, se encuentra una bodega de suministros para las habitaciones en la parte lateral.

6.3 Oficinas

Se contará con tres oficinas en el área administrativa para Marketing, Finanzas, Recursos Humanos, Housekeeping y Gerencia.

6.4 Recibidor y basura

Se contará con botes de basura de diferentes colores para facilitar el reciclaje en diferentes partes del hotel.

6.5 Área de empleados

El área para empleados se encuentra en la parte lateral del hotel. Cuenta con baños, vestidores, duchas, y lockers para la seguridad del personal.

6.6 Lavandería y Housekeeping

Se cuenta con una bodega central en el primer piso donde se almacenan los suministros de limpieza. La oficina de este departamento estará localizada en la parte lateral del hotel.

7 PROGRAMA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS/ RESTAURANTE

El hotel no contará con un restaurante abierto al público pero sí ofrecerá un programa de alimentos y bebidas para los huéspedes que se hospeden en el hotel. El desayuno estará incluido dentro de la tarifa del hotel, a diferencia del almuerzo y cena que tendrán un costo aparte para los que quieran comer. Al ser un hotel pequeño de 11 habitaciones, contaremos con un menú corto y sencillo. No existirán platos a la carta, pero habrá un menú diario donde explique dos opciones para que el cliente pueda escoger el plato de su preferencia. El desayuno incluirá un plato de fruta, un jugo natural, una taza de café o leche y dos opciones de platos fuertes. Se procurará ofrecer únicamente comida que tenga alguna raíz ecuatoriana, ya que es importante que todos los elementos del hotel se destaquen como típicos ecuatorianos. Por otro lado, es fundamental que se consulte cualquier alergia o preferencia alimenticia al huésped al momento de hacer su reservación. De esa forma, será más fácil evitar accidentes y planear distintas opciones de platos, en especial para la gente vegetariana. Debido a que los platos cambian todos los días, no tendremos una carta, sino una pizarra donde estará expuesto el menú y el huésped podrá decidir qué se quiere servir. Es importante tomar en cuenta que los menús deberán tener una traducción en inglés para que los huéspedes extranjeros puedan entender. A continuación, se puede observar un ejemplo de menú que se ofrecerá:

Menú

Entrada

Locro de papa (sopa de papa, queso y aguacate)

Platos Fuertes

Fritada (cerdo servido con mote con chicharrón,

Llapingachos, maduro frito y aguacate)

Encocado de camarón (camarón en salsa de coco,

Servido con arroz blanco)

Postre

Higos con Queso

Plato con fruta

7.1 Costos de Alimentos y Bebidas:

El precio del desayuno será distinto al del almuerzo y cena. Sin embargo, ese precio será el mismo todos los días, por lo que es fundamental hacer un análisis de costo de cada comida. Se debe tener un rango de costo para cada menú, ya que si el costo varía mucho, no existirá coherencia con el precio del menú. Se ha establecido que el costo de la materia prima no podrá exceder el 35%, por lo que cada menú de almuerzo y cena costará \$16.00 más impuesto. El desayuno tendrá un precio de \$10.00 más impuestos. Los productos que se utilizarán para preparar los platos serán de la mejor calidad, al igual que el personal calificado para que los preparen. Para poder realizar un buen análisis de costos, es importante usar la receta estándar como herramienta de trabajo. Esto ayudará a que el personal se asegure de no exceder el límite de costo establecido por el hotel. A continuación, en la tabla se puede ver el costo aproximado de cada uno de los platos del ejemplo anterior de menú, como también un ejemplo de desayuno.

Opción Almuerzo 1		Opción Almuerzo 2	
Costo de Menú	Costo (\$)	Costo de Menú	Costo (\$)
Locro de Queso	\$ 0.8029	Locro de Queso	\$ 0.8029
Fritada	\$ 3.3528	Encocado de camarón	\$ 3.0757
Higos con Queso	\$ 0.7000	Higos con Queso	\$ 0.7000
Jugo o gaseosa	\$ 0.3307	Jugo o Gaseosa	\$ 0.3307
TOTAL	\$ 5.1864	TOTAL	\$ 4.9093
Food Cost	32.42%	Food Cost	30.68%

Ejemplo Desayuno	
Costo de Menú	Costo (\$)
Plato de fruta	\$ 0.6777
Huevos con jamón	\$ 1.4404
Pan de hierbas	\$ 0.0540
Jugo	\$ 0.3307
Café	\$ 0.4000
TOTAL	\$ 2.9028
Food Cost	29.03%

Actividades de A y B:

Los huéspedes podrán interactuar en el hotel y realizar actividades divertidas. En las mañanas, podrán ir a los gallineros para recolectar huevos, y así preparar el desayuno. El personal estará encargado de enseñarles los gallineros y huertos para que observen que todos los productos que usamos son frescos y de buena calidad y mantenimiento. Todos los platos se prepararán con los productos cultivados en terreno. Por otro lado, se realizarán actividades en las tardes, donde los huéspedes aprendan a hacer recetas básicas y sencillas ecuatorianas. Entre esas, habrán días donde se les enseñe a hacer humitas, ají de chochos, postre de tres leches, entre otras recetas. Esto será un elemento entretenido y diferente que brindará el hotel para que ellos aprendan más del Ecuador y se diviertan simultáneamente.

Equipamiento de cocina:

Debido a que el restaurante atenderá únicamente a huéspedes del hotel, no se necesita de una cocina extremadamente grande y equipada. Es por eso, que los equipos que se comprarán para poder operar la cocina serán una refrigeradora, congelador, cocina, mesa central, campana y un horno. Con estos dispositivos será suficiente para poder operar y ofrecer una buena calidad de comida a los huéspedes. Además, es importante contar con equipos como batidora, licuadora y microondas. Por otro lado, se deberá invertir en utensilios de cocina y vajilla para servir a los huéspedes.

8 RECURSOS HUMANOS

8.1 Cultura Organizacional

Camino Real es el nombre que se escogió porque este nombre contiene una historia de muchos años. El significado de Camino Real es que a la llegada de los Incas se construyó este camino que existe hasta en la actualidad. Al pos de la evangelización, al llegar los españoles, construyeron dos haciendas, Chilpe Grande, y la Tola. La primera fue demolida en búsqueda de tesoros, y la Tola es una joya histórica, que se constituye como un preciado recuerdo del pasado, único en la zona.

Al llegar los Incas, se construyó el Camino Real, que existe hasta la actualidad. En 1913 se designó el nombre de la parroquia, en honor a uno de los próceres de la Independía, el coronel Feliciano Checa, quien fue propietario de la Hacienda Chilpe Grande, escenario de reuniones de los patriotas.

Con el significado de este nombre se espera atraer más a los turistas nacionales e internacionales para que visiten Camino Real Hotel Boutique por la historia que hay e

igual desde el nombre se empieza con la experiencia de conocer parte de la cultura ecuatoriana. Con la breve introducción que se dio acerca de la construcción de Camino Real a la llegada de los huéspedes se les brindara información de cómo nuestra cultura está relacionada con la cultura Inca de cómo se logró a establecer en terreno ecuatoriano en costumbres y extensión, y como luego por la llegada de los conquistadores españoles como se fue extinguiendo poco a poco. Algo fundamental de la historia de la llegada de la cultura Inca al Ecuador es que dejaron cosas que hasta ahora perduran como son el idioma que se habla por parte de la cultura indígena que es el Quechua y que hasta ahora en la actualidad se sigue hablando este idioma. Esto influenciara en nuestra cultura organizacional porque nuestro objetivo es brindar una experiencia ecuatoriana en todos los puntos a los huéspedes y con la historia se relaciona mucho porque al momento que se mencionara el nombre del hotel boutique con la historia que tiene por detrás se verá que es algo propio del Ecuador.

8.2 Misión

Lograr convertirse en un refugio para los huéspedes de calidad y excelencia en donde puedan conocer y experimentar la cultura ecuatoriana en todos sus puntos.

8.3 Visión

Convertirnos en un hotel de prestigio a nivel local e internacional, fomentando el turismo en la ciudad de Checa y sus alrededores, y ofreciendo servicios personalizados a nuestros huéspedes.

8.4 Valores

Camino Real Hotel Boutique tendrá valores muy importantes que se tienen que poner en práctica por parte de los empleados. Los valores importantes a considerar en la cultura organizacional de la empresa son:

- Responsabilidad: todos los empleados deben trabajar con mucha dedicación pero siendo muy responsables con su trabajo y con sus actividades cada día.
- Respeto: debe existir respeto entre cada empleado para que haya un ambiente laboral armonioso y que haya mucho respeto hacia los huéspedes.
- Puntualidad: todos los empleados deben estar a la hora que es para poder cumplir sus tareas en el tiempo determinado de sus horas laborables con los huéspedes.
- Honradez: la honestidad de los empleados va de la mano de la honradez para que no exista ningún tipo de robo y así poder controlar costos y lo principal es trabajar con gente que se pueda confiar.
- Dedicación: cada empleado debe aportar al máximo con su trabajo y lo más importante es ponerse la camiseta de la compañía.

8.5 Organigrama

En el siguiente cuadro se encuentra una explicación acerca del organigrama del hotel:

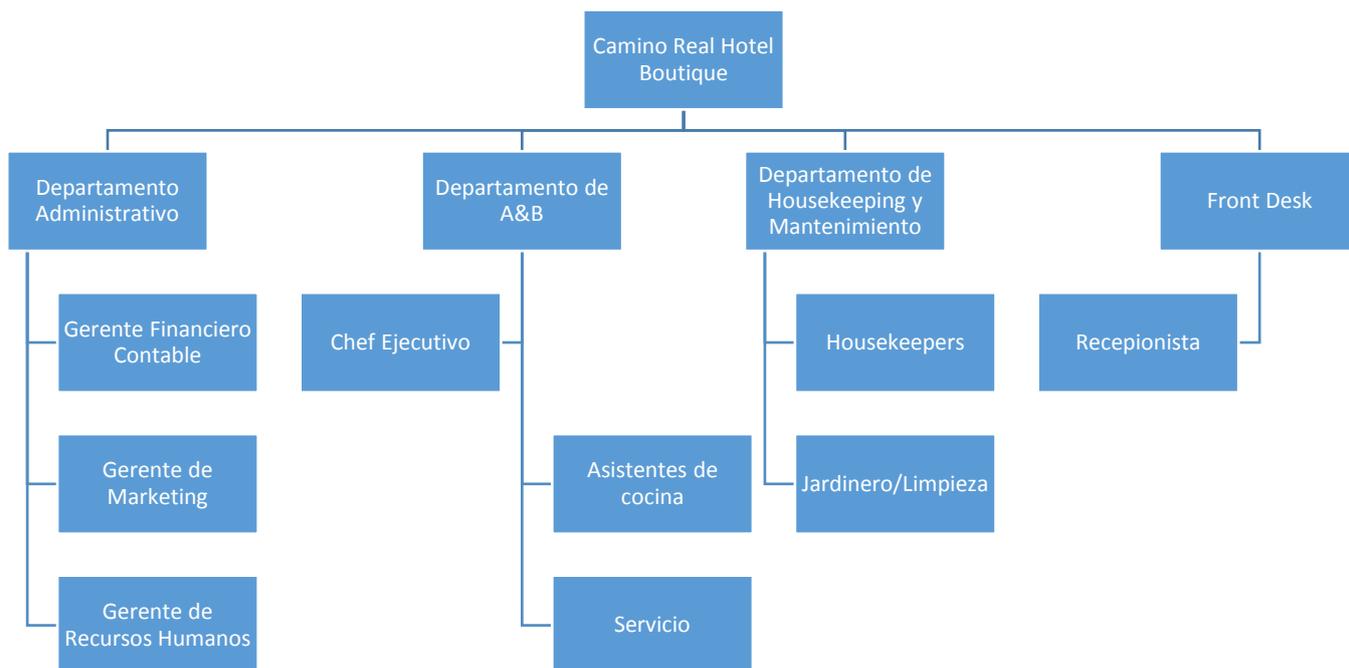


Gráfico No. 2 Organigrama

El Hotel Camino Real contara con un total de trece empleados, que estarán divididos en diferentes áreas del hotel y los cuales también serán parte de la experiencia que cada huésped se va a llevar.

8.6 Departamento Administrativo

El Departamento Administrativo está compuesto por cuatro gerentes administrativos que son los principales accionistas de la creación del hotel. En este departamento cada gerente tiene una función específica que tiene que cumplir, pero sobretodo siempre tienen que estar envueltas en todo el manejo del hotel.

Gerente de Finanzas se encargara del manejo de todos los ingresos, costos y gastos que el hotel tiene que utilizar para su funcionamiento. El gerente de finanzas trabajara con un asistente, que el cual le ayudara a realizar pagos de los salarios de todos los empleados, comprar los suministros de oficina e igual todos los suministros de alimentos y bebidas de

los huéspedes, y en el manejo de todos los ingresos que van a realizar por la venta de las habitaciones.

Gerente de Marketing se encargara de promocionar el hotel para que sea conocido por todos los turistas de manera nacional e internacional. El gerente de marketing trabajara con un asistente, que el cual le ayudara buscar formas de como promocionar el hotel como usando redes sociales para los turistas que están en otros países, realizar planes turísticos por el área para que sean atractivos para que los turistas puedan comprarlos por el tiempo de estadía y promocionar la forma de como los turistas conozcan y experimenten la cultura ecuatoriana.

Gerente de Recursos Humanos se encargara del manejo y comunicación con todos los empleados que van a trabajar en el hotel. El gerente de recursos humanos tiene que estar encargado en el momento de contratar un personal requerido se debe tener un manual de reclutamiento donde se hablara de todas las normas y reglas que cada empleado debe cumplir, el siguiente paso se debe realizar una selección de los postulantes que aplicaron y que cumplan con todas las características que el cargo requiera y por último se debe brindar una capacitación a todos los empleados contratados.

8.7 Departamento de A&B

El departamento de alimentos y bebidas está encargado del manejo del restaurante para los huéspedes y por brindar un buen servicio personalizado. Este departamento dispondrá de cuatro personas trabajando en esta área que son:

Chef ejecutivo se encargara del manejo de la cocina y en la preparación de los alimentos para el restaurante que se pondrá a disposición de los huéspedes.

El chef ejecutivo trabajara con dos asistentes de cocina, los cuales le ayudaran en la preparación de alimentos y en especial en la dirección de la elaboración de cierta comida ecuatoriana que los huéspedes tendrán la experiencia de realizarla.

El restaurante dispondrá de una persona que se encargara en el servicio de mesero para el restaurante del hotel el cual también cumplirá la función de direccionar las clases de cocina y brindar cualquier tipo de ayuda al chef ejecutivo y sus asistentes.

8.8 Departamento de Housekeeping y Mantenimiento

El departamento de housekeeping y de mantenimiento están encargados de realizar la limpieza de las habitaciones y de las áreas comunes, y sobretodo mantener el hotel en buenas condiciones para que el hotel no refleje una imagen de desgaste.

En Housekeeping estará conformado por dos housekeepers que se encargaran en la limpieza de las habitaciones y mantenerla con todas los amenities necesarios que requiere cada tipo de habitación.

En mantenimiento está encargado por una persona que cumplirá la función de jardinero y persona de limpieza de las áreas comunes del hotel. En jardinero tendrá que mantener todas las plantas vivas como árboles y flores para que den una buen impresión, tener bien podado el césped de todas la áreas comunes, el cuidado de los animales que se tendrá en el hotel por el mismo motivo de brindar una experiencia única y tener cuidado de los alimentos que se van a sembrar para luego ser cosechado por los huéspedes. En limpieza se encargara de tener todo limpio al momento de la llegada de los huéspedes como mantener limpia la piscina, que este bien aseado las áreas donde se va a interactuar con los animales y las plantas sembradas, y tener un mantenimiento adecuado de las áreas de recreación.

8.9 Front Desk

Un recepcionista se encargara del área de front desk del hotel. Esta persona realizara varias funciones como dar una calurosa bienvenida a cada huésped, luego se realizara el check in de cada uno de ellos, el recepcionista también tiene la función de comunicarles a los huéspedes de los beneficios que tienen acerca de haber comprado cualquier tipo de paquete y sobre el funcionamiento del restaurante y por último el recepcionista tiene la obligación de llevar a cada huésped a su habitación respectiva.

Total del personal que se necesita para el funcionamiento del hotel:

Departamento Administrativo	
• Gerente financiero contable	1
• Asistente departamental de finanzas	1
• Gerente en marketing	1
• Asistente analista en marketing	1
• Gerente de recursos humanos	1
Departamento de A&B	
• Chef ejecutivo	1
• Asistente de cocina	2
• Servicio	1
Departamento de Housekeeping y Mantenimiento	2
• Housekeeper	1
• Jardinero/Limpieza	
Front Desk	
• Recepcionista	1
Total de personal	13

Tabla 2 Total de personal necesario

9 PLAN DE COMUNICACIÓN DE MARKETING

El Marketing es el análisis de comportamiento del mercado y de los consumidores.

De acuerdo a Zeithaml¹, el marketing de servicios es diferente y complicado ya que un servicio es un tipo de producto intangible, heterogéneo y perecible.

Un servicio es intangible y más que un objeto, es una ejecución o acción. No se puede ver, sentir, ni tocar en la misma manera en la que se puede hacer con un producto tangible. Ya que un servicio es intangible, implica que no puede ser inventariado, y por esta razón la fluctuación de la demanda es difícil de manejar.

Al ser un servicio una acción producida por humanos es heterogéneo ya que cada servicio es distinto, ninguno es idénticamente igual. Los empleados que entregan el servicio, frecuentemente son el servicio a los ojos del consumidor, y las personas pueden cambiar su desempeño de día a día, de hora a hora. La heterogeneidad no solo resulta por parte de quienes brindan el servicio, sino también por parte de los consumidores, cada uno tiene diferentes demandas y experimentan el servicio en su propia manera.

Un servicio también se produce y se consume a la vez, ya que quienes lo producen se encuentran jugando un papel como parte del producto en sí, y como un ingrediente esencial en la experiencia para el consumidor.

Los servicios no se pueden guardar, ni embodegar, re vender, o devolver, son perecibles.

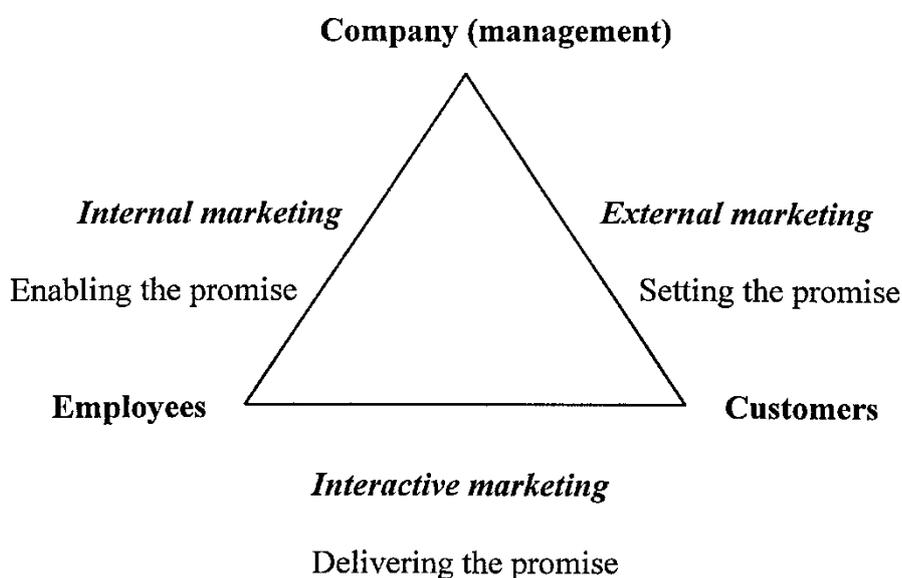
Las características mencionadas anteriormente acerca de un servicio, implican que el marketing se debe pronosticar y planificar de una manera creativa para maximizar la

¹ Valerie Zeithaml es una profesora e investigadora reconocida internacionalmente de marketing de servicios. Se ha dedicado a la investigación, consultoría y servicio de enseñanza de calidad, gestión de servicios y equidad de los clientes.

utilización de la capacidad, crear un servicio personalizado para los consumidores, y ofrecer calidad.

La calidad depende de algunos factores que no se pueden controlar totalmente por el que ofrece el servicio, tal como la habilidad del cliente de comunicar cuáles son sus necesidades, la habilidad del personal de satisfacer esas necesidades, y el nivel de la demanda para el servicio.

De acuerdo a Zeithaml, existe el triángulo de Marketing que consta del Marketing externo, interactivo e interno. Estos tres trabajan en conjunto para desarrollar, promover y tomar decisiones. Todo esto gira en torno a cumplir las promesas que se hacen a los clientes. (2000, pág. 15)



Source: Zeithaml and Bitner (1996).

Ilustración 1 Services Marketing Triangle

El Marketing externo se refiere a las promesas que las compañías hacen a sus consumidores, refiriéndose a que pueden esperar del servicio y como se entregará.

El siguiente tipo de Marketing es el Interactivo, este se refiere que la empresa debe cumplir con las promesas que ha hecho. Este es el tipo más crítico desde el punto de vista del cliente, ya que define la percepción que este va a tener del servicio.

El tercer tipo de Marketing, es el Interno, toma lugar en el momento de cumplir las promesas. En como es el sistema para proveer y entregar las promesas hechas a los consumidores, deben haber habilidades, herramientas y motivación para entregar este servicio.

Estos tres tipos de Marketing son esenciales para el éxito al momento de entregar el servicio a los consumidores.

En esta tesis se examinará el marketing externo, específicamente la estrategia en general con al que se promocionará el hotel y los servicios que este ofrece.

Es de gran importancia realizar el marketing de un producto de tal forma que se despierte el interés de las personas, y les haga pensar que quieren tener ese producto específico. Especialmente desde que los consumidores están más al tanto de la que necesita. Poder satisfacer esas necesidades y expectativas es vital para una empresa, especialmente si enfrenta los retos de marketear un servicio, ya que enfrenta más retos que al promocionar un producto tangible.

10 ESTRATEGIA DE MARKETING

La estrategia de marketing a utilizarse es enfocada y manejada hacia el consumidor, ya que se busca crear lealtad por parte de este y entregar un servicio personalizado.

Este es el siguiente Marketing mix que se utilizara para desarrollar la estrategia.

10.1 MARKETING MIX

El marketing mix que se utilizará para lograr esta estrategia es el siguiente:

1. Producto:

Servicio de hospedaje de lujo, calidad y personalizado, con la vivencia de una experiencia ecuatoriana, basada en la cultura de este país, y sus diferentes aspectos.

Dentro de la tarifa se incluirán los siguientes paquetes de acuerdo a la preferencia de los huéspedes:

PAQUETE 1 (3 días):

- Oyacachi: Termas de azufre, turismo comunitario.
- Pesca Deportiva.
- Florícolas de la zona.
- Fogatas nocturnas.
- Ver el atardecer.
- Paseo a El Quinche
- Caminatas en Puembo.
- Visita a plantación de frutillas.
- Servicio de Concierge (Opcional).

PAQUETE 2 (2 días):

- Oyacachi: Termas de azufre, turismo comunitario.
- Fogata nocturna.
- Paseo al Quinche o Florícolas de la zona o visita a plantación de frutillas.
- Ver el atardecer.

PAQUETE 3 (1 día):

- Florícola y actividades dentro del hotel.

2. Plaza:

El lugar estratégico, es en Checa. Pueblo a 15 minutos del aeropuerto de Tababela, en una quinta con espacio de 1 hectárea y media, con ambientes rústicos, de lujo y campestres.

3. Precio:

Varía dependiendo del tipo de habitación que el huésped escoja. En el valor que se otorga al precio de cada habitación, se percibe el servicio personalizado a cada uno de los huéspedes, transporte del y al aeropuerto, paquetes turísticos lugares comunitarios, comida de excelente calidad, la vivencia de una experiencia totalmente ecuatoriana. La estructura de costos y de personal se puede encontrar en los anexos.

4. **Promoción:**

La promoción es una de las partes más importantes para alcanzar al segmento de mercado que este hotel se enfoca. Los principales medios por el cual se promocionará el hotel serán los medios redes sociales, página web, convenios con agencias de viaje nacionales e internacionales, relaciones públicas, y diferentes centros para jubilados y clubes de Golf en países del exterior, especialmente Estados Unidos y Europa.

Si bien el segmento de mercado al que se enfoca el Hotel es personas de 50 años en adelante y familias, con un poder adquisitivo alto, que busquen la aventura de conocer culturas diferentes a la suya, no están sumergidos totalmente en la nueva era de las redes sociales, son personas que han aprendido a usar para comunicarse y conocer más acerca de otros lugares. Por eso la presencia del Hotel en estas es importante, porque a través de ella los consumidores pueden presentar sus opiniones, percepciones, ver de una manera más clara los diferentes servicios que ofrece el hotel, etc.

También se tendrá presencia en páginas web como TripAdvisor en el que los consumidores pueden compartir sus comentarios acerca de sus experiencias en distintos hoteles y restaurantes. Esto permitirá que más personas conozcan el hotel, y de sus servicios y experiencias.

Tener una página web es importante para tener presencia en el mercado nacional e internacional, es una de las mejores maneras de promocionar el hotel, y uno de los medios de distribución menos costoso, ya que permite un contacto directo entre el hotel y el huésped potencial.

El siguiente medio por el que se promocionara el hotel es a través de las agencias de viaje. Al crear convenios con las agencias de viaje, se puede llegar a diferentes

consumidores que buscan opciones para de destinos para pasar sus vacaciones. Estos convenios se realizaran con agencias de viajes nacionales e internacionales. Algunas de estas agencias serán Metropolitan Touring, Creter Tours, etc.

De igual manera se buscara utilizar medios como revistas de aerolíneas y revistas turísticas. A través de estos se puede promocionar el hotel como un destino turístico en sí y a potenciales huéspedes que viajan por distintos motivos a Ecuador. Al promocionar el hotel por estos medios, se tiene también la oportunidad de escribir publicaciones del servicio que se ofrece y la experiencia única que se vivirá en este hotel de lujo.

Las relaciones públicas permitirán mostrar la experiencia única y diferente que ofrece este hotel. Estas relaciones se harán con ruedas de prensa, una de ellas será en la inauguración, y documentales en ciertos programas de televisión, especialmente aquellos que buscan fomentar el turismo en el país, y la cultura.

Como parte de estas relaciones públicas, también está el promocionar el hotel en diferentes uniones y clubs de personas jubiladas en Estados Unidos. Ya que muchas de estas uniones y clubs organizan viajes en conjunto, y se reúnen entre personas de tercera edad para realizar diferentes actividades que antes no podían por su trabajo. Los clubs de Golf son también un lugar con bastante actividad de las personas a las que se enfoca el hotel.

La promoción y medios que utilizaremos podrán ir variando, dependiendo de aquellos que estén en tendencia en cada momento, pero se iniciaran con los que se mencionaron anteriormente.

11 PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO

El presupuesto total para el desarrollo del proyecto "Camino Real Hotel Boutique" es \$940.959, 84. La Tabla que se muestra a continuación indica el porcentaje de cada rubro en relación al valor total. El 53,14% del presupuesto corresponde a la construcción y remodelación del lugar, este rubro se encuentra dentro del rango aceptado para un hotel de primera clase, entre 55-65%. El 22,96% corresponde a la compra de Muebles, Accesorios, y Equipo, este rubro se encuentra por encima del rango, entre 15-18%, debido a que la decoración interior del hotel se realizará con productos antiguos y rústicos que presentan un precio alto. El 7,12% corresponde a los Costos de Desarrollo, el cual se encuentra dentro del rango normal de 8-10%. El 16,78% corresponde a los costos de pre-apertura, el cual sobrepasa el porcentaje aceptado de 6-9%. En el Anexo 1, Calculo de Ventas Totales y Costo de Ventas Totales

PRESUPUESTO			
	Rubro	Valor Total	Porcentaje
1	Construcción General	\$ 500.000,00	53,14%
2	Muebles, Accesorios, y Equipo	\$ 216.081,84	22,96%
3	Costos de Desarrollo	\$ 67.000,00	7,12%
4	Costos de Pre-Apertura	\$ 157.878,00	16,78%
		\$ 940.959,84	

Elaborado por: Autoras

Tabla 3 Presupuesto

12 CONCLUSIONES

Una vez realizado el análisis de factibilidad de Camino Real Hotel Boutique, se puede concluir que es un proyecto viable para su implementación. El segmento de mercado al que se enfoca el hotel constituye un nicho que no ha sido explotado en el país. De esta forma, existe una oportunidad para poder suplir necesidades que no estaban siendo satisfechas. Estas necesidades son principalmente realizar actividades que no pueden

cumplir por sus obligaciones diarias. Este nicho busca relacionarse de una manera personal con la cultura del país y poder aprender de él en el trayecto. Por esta razón se puede concluir que el concepto de este hotel busca que el turista se involucre con la vida diaria y costumbres de un ecuatoriano, y a la vez se hospede en un lugar cómodo y lujoso.

El sector donde se realizará el proyecto es un lugar estratégico, ya que está ubicado cerca del aeropuerto de Quito, expuesto a la naturaleza y cerca de algunos atractivos turísticos. Al comparar con los hoteles y centros de hospedaje de la zona, se puede observar que existe un mercado para diferentes tipos de turistas. Sin embargo, no existe una competencia directa que ofrezca el mismo tipo de servicio personalizado para los clientes.

Se puede concluir que el proyecto es rentable, ya que se desarrollaron cuatro escenarios posibles, un pesimista, neutral, probable y optimista en el cual se mantiene el activo fijo. De esta forma, se ha comprobado que así el hotel se encuentre en el peor escenario, los indicadores financieros demuestran que el proyecto es factible.

13 BIBLIOGRAFIA

Zeithaml, V., & Bitner, M. (2000). Services Marketing , Integrating Customers Focus Across the Firm. Irwin McGraw-Hill.

Aquicito. (2014). (Aquicito) Recuperado el 04 de 03 de 2014, de http://quito.com.ec/parroquias/index.php?option=com_content&view=section&id=7&Itemid=13

Lopez, J., & ET.AL. (2012). Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial , gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Checa. Recuperado el 2014, de http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_k/ppot/dmq/pdot_checa.pdf

ANEXO 1

CÁLCULO DE VENTAS TOTALES Y COSTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

DATOS GENERALES

	Rotación	Costos	Precio
Desayuno	100%	\$ 2,90	
Almuerzo	15%	\$ 4,90	\$ 16,00
Cena	90%	\$ 5,18	\$ 16,00

Elaborado por: Autoras

Número de Huéspedes Anual					
	1	2	3	4	5
Suites	532	676	752	752	800
Matrimoniales	1194	1524	1698	1698	1806
Dobles	2128	2704	3016	3016	3208
Simples	1064	1352	1508	1508	1604
Discapacitados	266	338	376	376	400
Total	5184	6594	7350	7350	7818

Elaborado por: Autoras

Cantidad de Huéspedes Proyectada que asisten al Restaurante					
Almuerzo	777	989	1102	1102	1172
Cena	4665	5934	6615	6615	7036

Elaborado por: Autoras

Ventas Totales					
Alimentos y Bebidas	1	2	3	4	5
Almuerzo	\$ 12.432,00	\$ 15.824,00	\$ 17.632,00	\$ 17.632,00	\$ 18.752,00
Cena	\$ 74.640,00	\$ 94.944,00	\$ 105.840,00	\$ 105.840,00	\$ 112.576,00
Total de Ventas	\$ 87.072,00	\$ 110.768,00	\$ 123.472,00	\$ 123.472,00	\$ 131.328,00

Elaborado por: Autoras

Costos de Alimentos y Bebidas					
Desayuno	\$ 15.033,60	\$ 19.122,60	\$ 21.315,00	\$ 21.315,00	\$ 22.672,20
Almuerzo	\$ 3.807,30	\$ 4.846,10	\$ 5.399,80	\$ 5.399,80	\$ 5.742,80
Cena	\$ 24.164,70	\$ 30.738,12	\$ 34.265,70	\$ 34.265,70	\$ 36.446,48
Total	\$ 43.005,60	\$ 54.706,82	\$ 60.980,50	\$ 60.980,50	\$ 64.861,48

Elaborado por: Autoras

ANEXO 2
GASTOS OPERACIONALES
SUELDOS

Sueldos Anuales por Departamento													AÑO 1		AÑO 2	
	Sueldo mensual	Total Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Pago IESS (Individual)	Pago IESS (Patronal)	Total pagado	Fondos de Reserva	Total Pagado						
Financiero																
Gerente financiero contable	\$ 800.00	\$ 9,600.00			\$ 400.00	\$ 897.60	\$ 1,166.40	\$ 10,268.80	\$ 800.00	\$ 11,068.80						
Asistente Departamental	\$ 350.00	\$ 4,200.00	\$ 350.00	\$ 340.00	\$ 175.00	\$ 392.70	\$ 510.30	\$ 5,182.60	\$ 350.00	\$ 5,532.60						
								\$ 15,451.40		\$ 16,601.40						
Marketing y Publicidad																
Gerente	\$ 800.00	\$ 9,600.00			\$ 400.00	\$ 897.60	\$ 1,166.40	\$ 10,268.80	\$ 800.00	\$ 11,068.80						
Asistente Analista de Marketing	\$ 400.00	\$ 4,800.00	\$ 400.00	\$ 340.00	\$ 200.00	\$ 448.80	\$ 583.20	\$ 5,874.40	\$ 400.00	\$ 6,274.40						
								\$ 16,143.20		\$ 17,343.20						
Housekeeping																
Housekeeper	\$ 350.00	\$ 4,200.00	\$ 350.00	\$ 340.00	\$ 175.00	\$ 392.70	\$ 510.30	\$ 5,182.60	\$ 350.00	\$ 5,532.60						
Housekeeper	\$ 350.00	\$ 4,200.00	\$ 350.00	\$ 340.00	\$ 175.00	\$ 392.70	\$ 510.30	\$ 5,182.60	\$ 350.00	\$ 5,532.60						
								\$ 5,182.60		\$ 5,532.60						
Departamento de Recursos Humanos																
Gerente de Recursos Humanos (Asistente General)	\$ 400.00	\$ 4,800.00			\$ 318.00	\$ 200.00	\$ 448.80	\$ 583.20	\$ 400.00	\$ 5,852.40						
Alimentos y Bebidas																
Chef Ejecutivo	\$ 600.00	\$ 7,200.00	\$ 600.00	\$ 340.00	\$ 300.00	\$ 673.20	\$ 874.80	\$ 8,641.60	\$ 600.00	\$ 9,241.60						
Asistente de Cocina	\$ 340.00	\$ 4,080.00	\$ 340.00	\$ 340.00	\$ 170.00	\$ 381.48	\$ 495.72	\$ 5,044.24	\$ 340.00	\$ 5,384.24						
Asistente de Cocina	\$ 341.00	\$ 4,092.00	\$ 341.00	\$ 341.00	\$ 170.50	\$ 382.60	\$ 497.18	\$ 5,059.08	\$ 341.00	\$ 5,400.08						
Servicio	\$ 340.00	\$ 4,080.00	\$ 340.00	\$ 340.00	\$ 170.00	\$ 381.48	\$ 495.72	\$ 5,044.24	\$ 340.00	\$ 5,384.24						
								\$ 23,789.16		\$ 25,410.16						
Exteriores																
Jardinero/limpieza	\$ 340.00	\$ 4,080.00	\$ 340.00	\$ 340.00	\$ 170.00	\$ 381.48	\$ 495.72	\$ 5,044.24	\$ 340.00	\$ 5,384.24						
Front Desk																
Repcionista	\$ 450.00	\$ 5,400.00	\$ 450.00	\$ 340.00	\$ 225.00	\$ 504.90	\$ 656.10	\$ 6,566.20	\$ 450.00	\$ 7,016.20						
								\$ 77,629.20								

Suministros de Oficina

Suministro	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Resmas de Papel	6	\$ 5,00	\$ 360,00
Esferos	5	\$ 3,00	\$ 180,00
Tóner	3	\$ 25,00	\$ 900,00
Clips	4	\$ 0,60	\$ 28,80
Lápiz	8	\$ 1,00	\$ 96,00
Sellos	2	\$ 4,00	\$ 96,00
Archivadores	8	\$ 4,00	\$ 384,00
Total			\$ 2.044,80

Elaborado por: Autoras

Publicidad y Promoción

Detalle	Precio	Porcentaje
Revistas	\$ 4.500,00	15%
Agencias de Viaje	\$ 9.000,00	30%
Guías de Viajero	\$ 3.000,00	10%
Internet	\$ 6.000,00	20%
Relaciones Públicas	\$ 6.000,00	20%
Otros	\$ 1.500,00	5%
Total	\$ 30.000,00	100%

Elaborado por: Autoras

Servicios Básicos

Agua	\$ 9.600,00
Luz	\$ 12.000,00
Teléfono	\$ 3.600,00
Internet	\$ 1.404,00
TV Cable	\$ 3.600,00
Total	\$ 30.204,00

Elaborado por: Autoras

ANEXO 3
COSTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS
ALMUERZO

LOCRO DE QUESO			
UBICACION:	Camino Real Hotel Boutique		
ESTACION:	Cocina caliente		
FECHA:	25 de Febrero, 2014		
PLATO/ALMACEN:	plato de sopa		
TIEMPO DE VIDA:	al momento		
INGREDIENTES		CANTIDAD	
BASE DE LOCRO		335 gr	0.17
leche		120 ml	0.09
crema de leche		80 ml	0.21
sal		10 gr	0.0029
aguacate en cuartos		50 gr	0.13
queso		50 gr	0.2
		Costo receta:	0.8029

BASE DE LOCRO			
UBICACION:	Camino Real Hotel Boutique		
ESTACION:	Preparación P		
FECHA:	28 de Febrero, 2014		
PLATO/ALMACEN:	tarrina de plástico de 1/2 lt y con etiqueta		
TIEMPO DE VIDA:	5 Días.		
SENSIBILIDAD:	Salsa con cuerpo grumoso de color amarillo		
INGREDIENTES		CANTIDAD	
papa chola		2400 gr	1.056
cebolla blanca		200 gr	0.17
achiote		60 gr	0.14
sal		20 gr	0.0058
agua		2 lt	
		Costo receta:	1.3718
		Costo orden:	0.17

FRITADA			
UBICACION:	Camino Real Hotel Boutique		
ESTACION:	Cocina Caliente		
FECHA:	28 de febrero, 2014		
UTENSILIOS:	Freidora, bowl, Papel Absorbente.		
PLATO/ALMACEN:	Plato base Cuadrado		
TIEMPO DE VIDA:	Al Momento		
INGREDIENTES		CANTIDAD	
llapingachos		2 u	\$ 0.16
fritada		160 gr	\$ 1.97
maqueños		60 gr	\$ 0.04
chicharrón		40 gr	\$ 0.69
mote		100 gr	\$ 0.24
aguacate		50 gr	\$ 0.13
cebolla curtida		30 gr	\$ 0.07
tomate cherry		3 u	\$ 0.03
lechuga		5 gr	\$ 0.01
cebolla blanca		1 gr	\$ 0.01
mapahuira		2 gr	\$ 0.00
		Costo receta:	\$ 3.35

MASA DE LLAPINGACHO			
UBICACION:	Camino Real Hotel Boutique		
ESTACION:	Preparación P		
FECHA:	28 de Febrero, 2014		
UTENSILIOS:	Sartén, Bowl, Cuchillo verde.		
PLATO/ALMACEN:	Tappers		
TIEMPO DE VIDA:	2 días.		
SENSIBILIDAD:	Con corte de vegetales visibles,		
INGREDIENTES		CANTIDAD	
Papa		1600kg	\$ 0.61
Queso		200 gr	\$ 0.80
Agua		3 lt	
achiote		1 ml	\$ 0.01
cebolla blanca		10 gr	\$ 0.01
		Costo orden:	\$ 0.08
		Costo receta:	\$ 1.43

MOTE			
UBICACION:	Camino Real Hotel Boutique		
ESTACION:	Preparación P		
FECHA:	28 de Febrero, 2014		
UTENSILIOS:	Sartén, Bowl, Cuchillo verde.		
PLATO/ALMACEN:	Tappers		
TIEMPO DE VIDA:	2 Días.		
SENSIBILIDAD:	Con corte de vegetales visibles,		
INGREDIENTES		CANTIDAD	
mote		5 kg	\$ 5.00
agua		20 lt	
		Costo receta:	\$ 5.00
		Costo orden:	\$ 0.24

CHICHARRON			
UBICACION:	Camino Real Hotel Boutique		
ESTACION:	Preparación P		
FECHA:	28 de Febrero, 2014		
UTENSILIOS:	Sartén, Bowl, Cuchillo verde.		
PLATO/ALMACEN:	Tappers		
TIEMPO DE VIDA:	5 Días.		
INGREDIENTES		CANTIDAD	
grasa de cerdo		5 kg	\$ 15.85
cebolla paiteña		500 gr	\$ 0.99
sal		100 gr	\$ 0.03
ajo		100 gr	\$ 0.38
agua		2 lt	
jugo de limón		15 gr	\$ 0.12
		Costo receta:	\$ 17.37
		Costo orden:	\$ 0.69

ENCOCADO DE CAMARON			
UBICACION:	Camino Real Hotel Boutique		
ESTACION:	Preparación P		
FECHA:	28 de Febrero, 2014		
PLATO/ALMACEN:	Plato base Cuadrado		
TIEMPO DE VIDA:	Al Momento		
SENSIBILIDAD:	Salsa Amarilla clara.		
INGREDIENTES	CANTIDAD		
salsa de encocado	250 ml	\$	0.60
camarón 36-40	130 gr	\$	2.18
maqueño	60 gr (3 rodajas)	\$	0.04
arroz	150 gr	\$	0.20
coco tostado	5 gr	\$	0.06
	Costo:	\$	3.08

SALSA DE ENCOCADO			
UBICACION:	Camino Real Hotel Boutique		
ESTACION:	Preparación P		
FECHA:	28 de Febrero, 2014		
PLATO/ALMACEN:	bowl plástico grande		
TIEMPO DE VIDA:	4 días		
RENDIMIENTO	10 litros		
INGREDIENTES	CANTIDAD		
cebolla paiteña	600 gr	\$	1.18
pimiento verde	260 gr	\$	0.26
pimiento rojo	330 gr	\$	0.76
orégano	12 gr	\$	0.09
laurel	2 gr	\$	0.02
sal/pimienta	300 gr	\$	0.55
maggi	35 gr	\$	0.25
salsa inglesa	20 ml	\$	0.17
maicena	500 gr	\$	0.68
achiote	240 ml	\$	0.58
ajo	10 gr	\$	0.04
leche	6 lt	\$	4.50
agua de coco	1 lt	\$	1.00
crema de leche	2 lt	\$	5.28
coco	6 u	\$	9.90
	Costo receta:	\$	25.25
	Costo orden:	\$	0.63

COCO TOSTADO			
UBICACION:	Camino Real Hotel Boutique		
ESTACION:	Preparación P		
FECHA:	28 de Febrero, 2014		
PLATO/ALMACEN:	recipiente plástico		
TIEMPO DE VIDA:	7 días		
INGREDIENTES	CANTIDAD		
coco rallado	500 gr	\$	5.55
	Costo:	\$	5.55

ARROZ			
UBICACION:	Camino Real Hotel Boutique		
ESTACION:	Cocina Caliente		
FECHA:	28 de Febrero, 2014		
UTENSILIOS:	Freidora, bowl, Papel Absorbente.		
PLATO/ALMACEN:	olla grande		
TIEMPO DE VIDA:	Al Momento		
RENDIMIENTO:	1910 gr		
INGREDIENTES	CANTIDAD		
arroz pre cocido	1500 gr	\$	2.18
agua	2 lt		
aceite	100 ml	\$	0.19
sal	20 gr	\$	0.01
AJO LICUADO	20 gr	\$	0.07
cebolla blanca	60 gr	\$	0.05
	Costo receta:	\$	2.50
	Costo orden:	\$	0.21

HIGOS CON QUESO			
UBICACION:	Camino Real Hotel Boutique		
ESTACION:	Pastelería		
FECHA:	21 de Febrero, 2014		
UTENSILIOS:	plato de postre		
PLATO/ALMACEN:	Plato postre		
TIEMPO DE VIDA:	Al Momento		
INGREDIENTES	CANTIDAD		
HIGOS	2 u	\$	0.26
queso	60 gr	\$	0.41
MIEL DE HIGOS	70 ml		
	Costo:	\$	0.67

HIGOS			
UBICACION:	Camino Real Hotel Boutique		
ESTACION:	Pastelería		
FECHA:	21 de Febrero, 2014		
PLATO/ALMACEN:	plato compartido		
TIEMPO DE VIDA:	3 días		
INGREDIENTES	CANTIDAD		
higos	2 kg	\$	4.12
agua	40 lt		
panela	6250 gr	\$	7.45
canela	60 gr	\$	0.88
azúcar	500 gr	\$	0.44
	Costo receta;	\$	12.89
	Costo orden:	\$	0.13

DESAYUNO

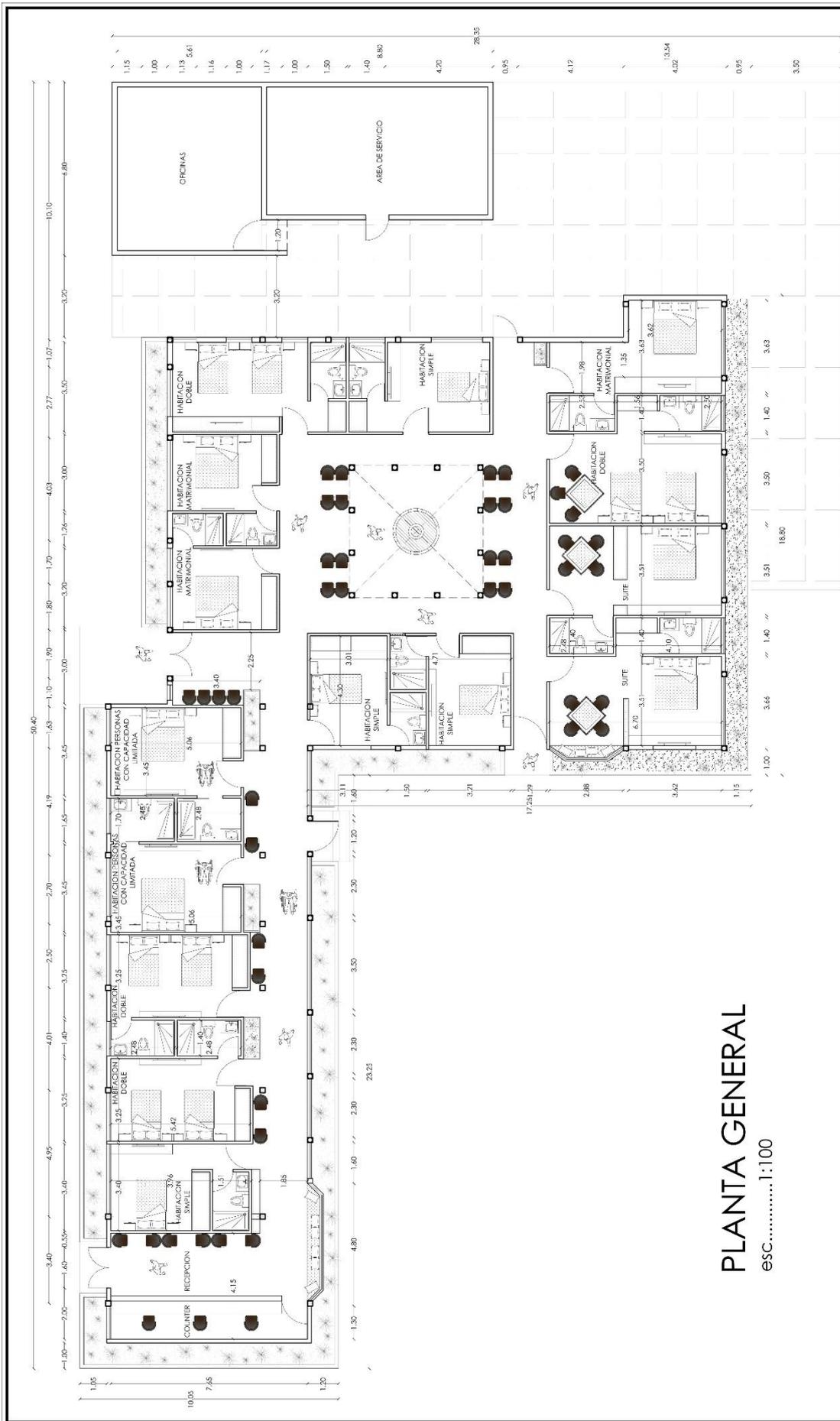
FRUTAS DE TEMPORADA			
UBICACION:	Camino Real Hotel Boutique		
ESTACION:	Pastelería		
FECHA:	01 de Marzo, 2014		
UTENSILIOS:	platos		
PLATO/ALMACEN:	bowl		
INGREDIENTES	CANTIDAD		
frutilla	88 gr	\$	3.01
piña	88 gr	\$	0.82
melón	88 gr	\$	1.53
sandía	88 gr	\$	0.57
	Costo receta:	\$	5.93

HUEVOS CON JAMÓN			
UBICACION:		Camino Real Hotel Boutique	
ESTACION:		Pastelería	
FECHA:		01 de Marzo, 2014	
INGREDIENTES		CANTIDAD	
jamón americano		160 gr	\$ 1.41
huevo		2 u	\$ 0.02
aceite		5 ml	\$ 0.01
sal		1 gr	\$ 0.00
		Costo receta:	\$ 1.44

PAN DE HIERBAS			
UBICACION:		Camino Real Hotel Boutique	
ESTACION:		Pastelería	
FECHA:		17 de Marzo, 2014	
UTENSILIOS:		batidor de alambre, lata de horno, balanza	
PLATO/ALMACEN:		bandeja de policarbonato	
TIEMPO DE VIDA:		al momento	
RENDIMIENTO:		855 gr	
INGREDIENTES		CANTIDAD	
agua		300 ml	
sal		10 gr	\$ 0.01
mantequilla		20 gr	\$ 0.07
azúcar		20 gr	\$ 0.02
levadura		30 gr	\$ 0.13
tomillo		5 gr	\$ 0.02
harina		450 gr	\$ 0.41
		Costo receta:	\$ 0.65

JUGO DE FRUTILLA			
UBICACION:		Camino Real Hotel Boutique	
ESTACION:		Cocina fría	
FECHA:		01 de Marzo, 2014	
UTENSILIOS:		Vasos	
PLATO/ALMACEN:		Jarra	
INGREDIENTES		CANTIDAD	
frutilla		100 gr	\$ 0.30
agua		200 ml	
azúcar		30 gr	\$ 0.03
		Costo receta:	\$ 0.33

ANEXO 4
DISEÑO Y ARQUITECTURA
PLANTA GENERAL



PLANTA GENERAL
 ESC.....1:100

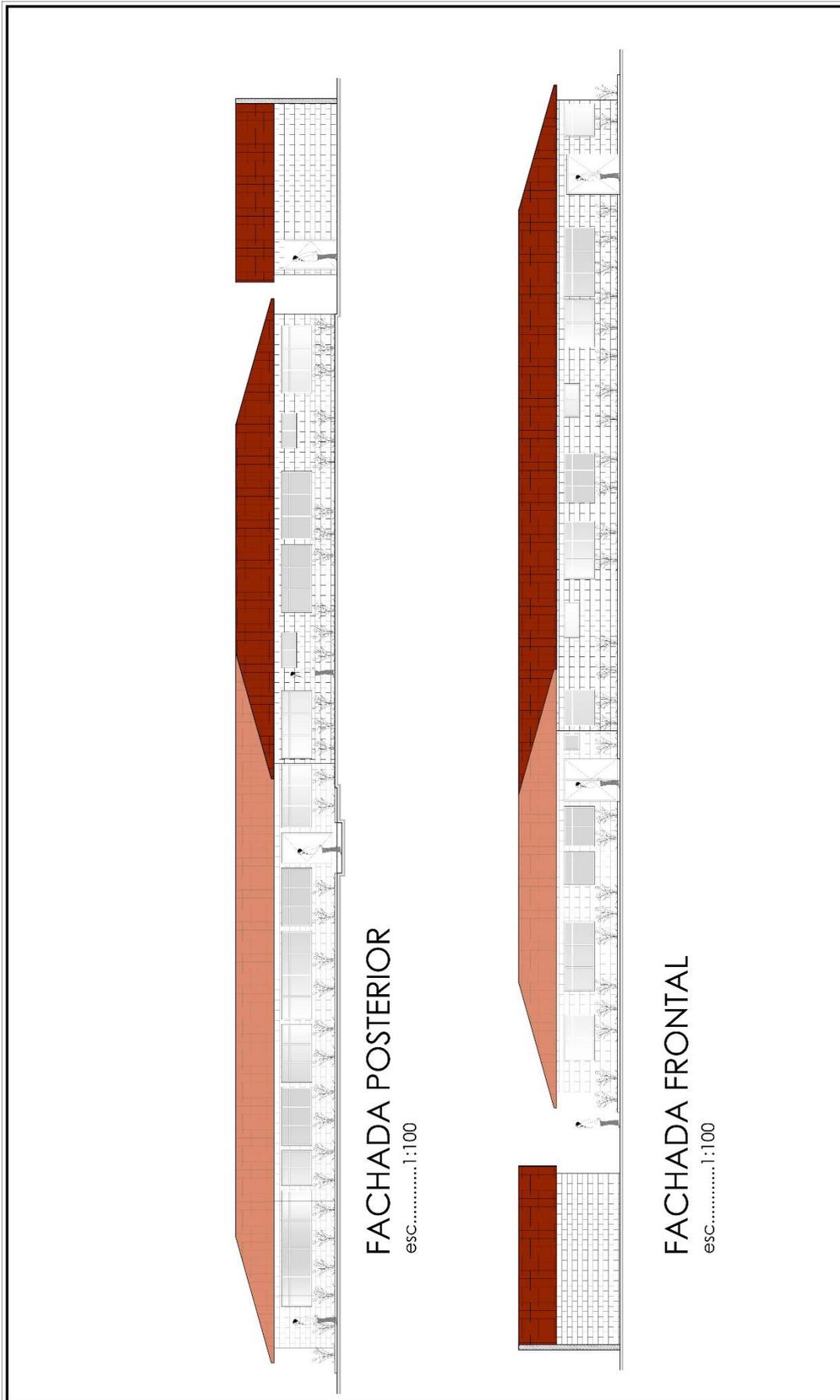
UNIVERSIDAD
 SAN FRANCISCO DE QUITO

CHAT

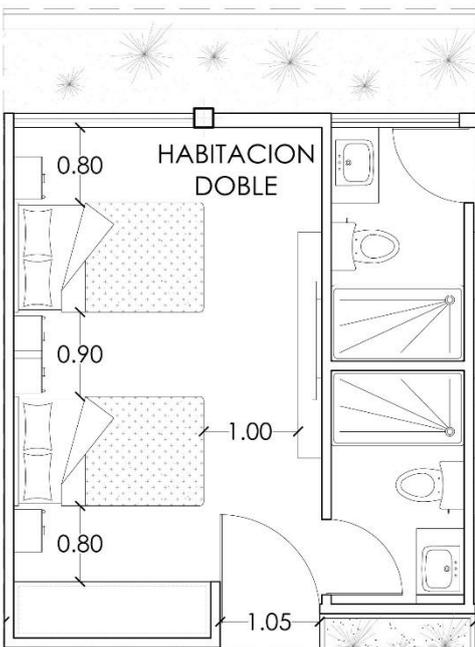
PAULINA ENDARA
 ANA MOYA
 SOFIA PAZ
 VIVIANA SALAZAR

CAMINO REAL
 HOTEL BOUTIQUE

ANEXO 5
DISEÑO Y ARQUITECTURA
FACHADA POSTERIOR Y FRONTAL

 <p data-bbox="699 1413 735 1832">FACHADA POSTERIOR</p> <p data-bbox="746 1664 767 1832">esc.....1:100</p> <p data-bbox="1082 1451 1118 1832">FACHADA FRONTAL</p> <p data-bbox="1129 1664 1150 1832">esc.....1:100</p>	<p data-bbox="1353 1592 1433 1861">CAMINO REAL HOTEL BOUTIQUE</p>	<p data-bbox="1331 1014 1453 1238">PAULINA ENDARA ANA MOYA SOFIA PAZ VIVIANA SALAZAR</p>  <p data-bbox="1362 271 1422 611">UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO</p>
---	---	--

ANEXO 6
DISEÑO Y ARQUITECTURA
DISEÑO DE HABITACIONES Y RECEPCION



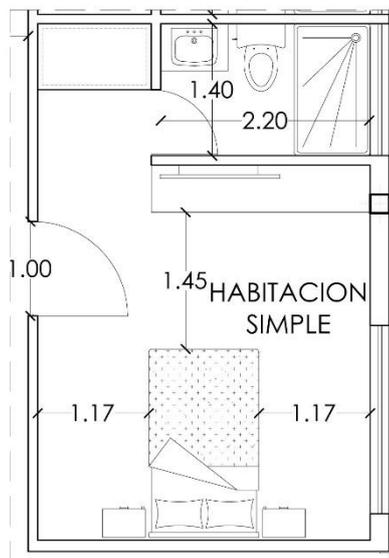
HABITACION DOBLE
esc.....1:50



**H. PERSONAS DE
CAPACIDAD LIMITADA**
esc.....1:50



H. MATRIMONIAL
esc.....1:50



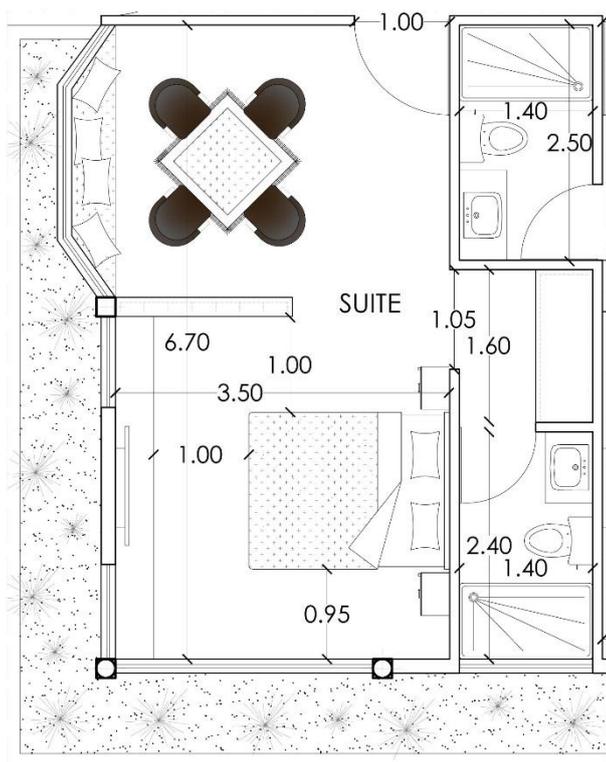
H. SIMPLE
esc.....1:50

**CAMINO REAL
HOTEL BOUTIQUE**

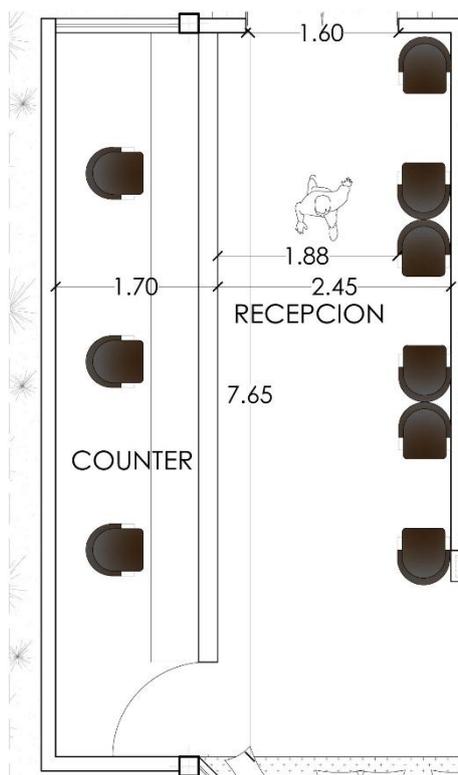
PAULINA ENDARA
ANA MOYA
SOFIA PAZ
VIVIANA SALAZAR



UNIVERSIDAD
SAN FRANCISCO DE QUITO



SUITE
esc1:50



RECEPCION
esc1:50

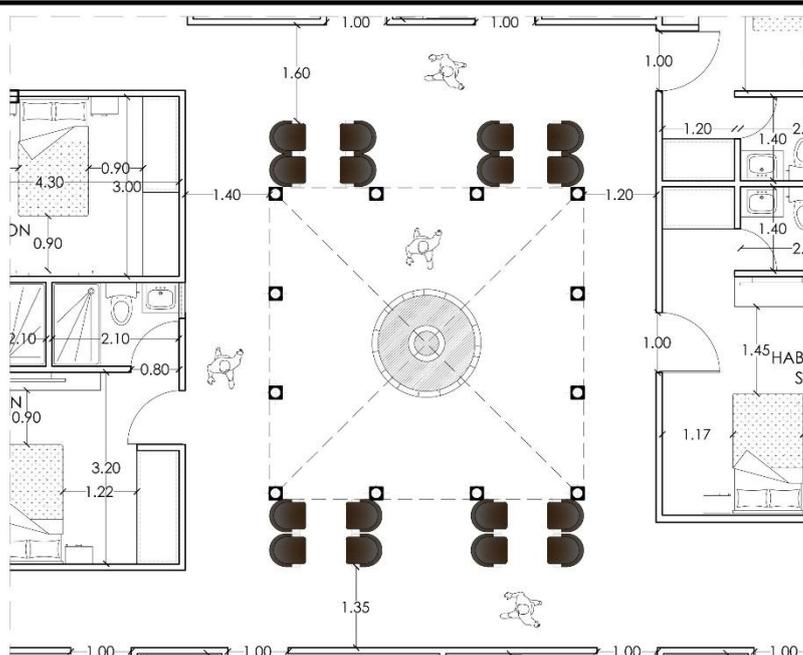
CAMINO REAL
HOTEL BOUTIQUE

PAULINA ENDARA
ANA MOYA
SOFIA PAZ
VIVIANA SALAZAR



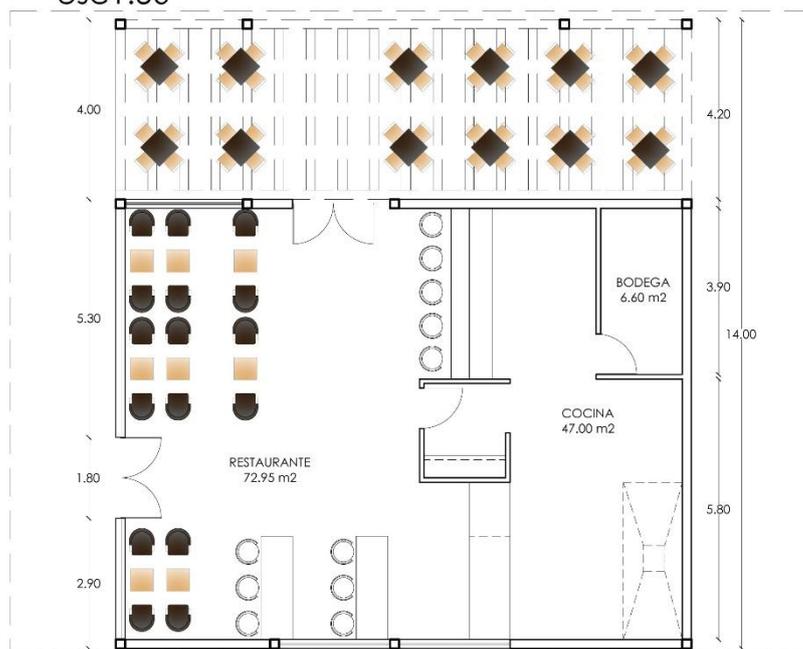
UNIVERSIDAD
SAN FRANCISCO DE QUITO

ANEXO 7
DISEÑO Y ARQUITECTURA
AREA DE RECREACION INTERIOR Y RESTAURANTE



AREA DE RECREACION INTERIOR

esc1:50



RESTAURANTE

esc1:50

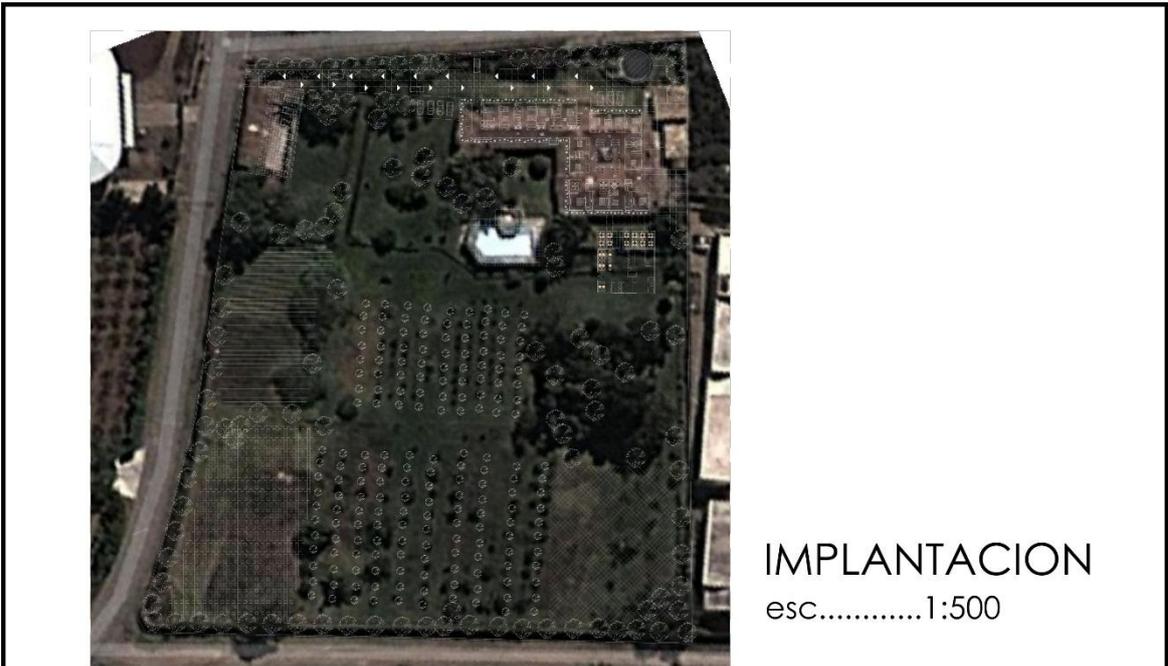
CAMINO REAL
HOTEL BOUTIQUE

PAULINA ENDARA
ANA MOYA
SOFIA PAZ
VIVIANA SALAZAR



UNIVERSIDAD
SAN FRANCISCO DE QUITO

ANEXO 8
DISEÑO Y ARQUITECTURA
VISIBILIDAD SATELITAL DEL LUGAR DE CONSTRUCCION



CAMINO REAL
HOTEL BOUTIQUE

PAULINA ENDARA
ANA MOYA
SOFIA PAZ
VIVIANA SALAZAR


CHAT
UNIVERSIDAD
SAN FRANCISCO DE QUITO