

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

**Estudio de Factibilidad: Hotel Boutique “Serenité” en la Parroquia de
Tonsupa, Ecuador**

Stephanie Bastidas Checa

Mauricio Cepeda, MMH., Director de Tesis

Proyecto de Titulación presentado como requisito
para la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas de Hospitalidad

Quito, julio de 2015

Universidad San Francisco de Quito

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS

**Estudio de Factibilidad: Hotel Boutique “Serenité” en la Parroquia de Tonsupa,
Ecuador**

Stephanie Bastidas Checa

Mauricio Cepeda, MMH

Director de la tesis

Damián Ramia, MMH

Coordinador CHAT

Mauricio Cepeda, MMH

Decano del CHAT

Quito, julio de 2015

© 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: Stephanie Bastidas Checa

C. I.: 1719879569

Lugar: _____ Fecha: _____

DEDICATORIA

En agradecimiento a mis padres, por su apoyo incondicional, esfuerzo y paciencia todos los días. Por incentivarme a dar lo mejor de mí cada día y ser excepcional en cada aspecto de mi vida.

Stephanie Bastidas Checa

TABLA DE CONTENIDO

RESÚMEN	13
ABSTRACT	14
CONCEPTO DEL PROYECTO	15
ENTORNO MACROECONÓMICO	18
Resultados de la Evaluación	19
Descripción de las variables:	21
Cantidad usada en gastos públicos (OPORTUNIDAD).....	21
Aumento de aranceles para materiales de construcción (AMENAZA).	23
Incremento en el tiempo para sacar permisos de funcionamiento y construcción (AMENAZA).....	23
Migración, cantidad de turistas que visitan al año el país (OPORTUNIDAD).....	26
Incentivos del Gobierno y Ministerio para proyectos turísticos (OPORTUNIDAD).	26
Cantidad de tiempo de vacaciones al año (AMENAZA).	27
Cantidad de dinero gastado en actividades de ocio (OPORTUNIDAD).....	28
Nivel de educación en las personas de Esmeraldas (AMENAZA).	29
Falta de planificación por parte del Municipio para ofrecer insumos alimenticios y servicios hoteleros (AMENAZA INSUMOS ALIMENTICIOS, OPORTUNIDAD FALTA SERVICIOS HOTELEROS.	29
Desabastecimiento de agua potable (AMENAZA).	30
Calidad de luz eléctrica (AMENAZA).....	31
Disponibilidad y costos de software y hardware para la administración y operación del hotel (AMENAZA).....	31
Disponibilidad de información sobre la competencia en medios electrónicos (OPORTUNIDAD).....	32
Barreras de Entrada y Salida.....	33
Barreras de entrada.	33
<i>Capital Requerido</i>	34
<i>Servicios Diferenciados</i>	34
<i>Marcas fuertes</i>	35
<i>Acceso a proveedores</i>	35

<i>Normas legales.</i>	36
Barreras de Salida.	36
<i>Costos de Salida.</i>	36
<i>Activos fijos especializados.</i>	37
<i>Imagen de la empresa.</i>	37
Matriz de Riesgos de Rentabilidad.	37
Fuerzas de Porter.....	38
Rivalidad existente entre competidores.	39
Amenaza de entrada de nuevos competidores.	40
Poder de Negociación con los consumidores.	41
Poder de negociación con los proveedores.	42
Amenaza de productos sustitos.....	43
Estrella Sectorial.....	44
ANÁLISIS DE SITIO	45
Localización.....	45
Adaptabilidad y Conveniencia Física del Terreno.....	47
Acceso y Visibilidad.....	51
Servicios Básicos	51
Situación Legal y Regulaciones Municipales Aplicables	53
ANÁLISIS DE VECINDARIO	58
ANÁLISIS DEL ÁREA DEL MERCADO	59
ANÁLISIS DE LA OFERTA	61
Hotel Puerto Ballesta	62
Hostería Cabo Blanco	63
Makana Resort	64
Diamond Beach.....	65
Torresol.....	66
ANÁLISIS DE LA DEMANDA	69
ANÁLISIS FINANCIERO HOTEL BOUTIQUE	78
Costos de Construcción.....	78
Costos de Habitaciones	81
Costos de Suministros.	81
Costos de Limpieza.	84

Costos de Equipamiento.....	85
Gastos de Nómina.....	88
Costos Alimentos y Bebidas.....	89
Costos de Spa.....	95
Costos de Equipamiento para el hotel.....	97
Costos de Limpieza para el hotel.....	99
Gasto Utilities.....	101
Gasto Honorarios Profesionales.....	101
Otros Gastos.....	102
Ingresos de Habitaciones.....	102
Ingresos de Alimentos y Bebidas.....	103
Ingresos de Spa.....	105
Ingresos de Jet Ski.....	105
Ingresos de Telecomunicaciones.....	106
Ingresos de Lavandería.....	106
FLUJO DE EFECTIVO.....	107
PROGRAMA DE ESPACIO.....	110
Memoria descriptiva del Hotel Boutique.....	114
Subsuelo.....	114
Planta Baja.....	114
Segundo Piso.....	117
Tercer Piso.....	118
Cuarto Piso.....	118
Quinto Piso, Torre A.....	118
ALIMENTOS Y BEBIDAS.....	119
Desayuno:.....	120
Almuerzo y Cena:.....	123
Postres:.....	130
Picaditas:.....	130
Bebidas:.....	131
RECURSOS HUMANOS.....	133
Filosofía Institucional.....	142
Valores Institucionales.....	142

Políticas Empresariales	143
□ Recursos humanos:.....	143
Organigrama	146
MARKETING	147
7 P's	148
Presupuesto	150
Estrategias de Marketing.....	151
CONCLUSIONES	152
REFERENCIAS	157
ANEXOS	159

TABLA DE CUADROS

Cuadro 1. Guía de Clasificación 1	18
Cuadro 2. Resultados Evaluación 1	21
Cuadro 3. Permisos de Construcción 1	24
Cuadro 4. Permisos de Funcionamiento	25
Cuadro 5. Cuadro Guía de Clasificación de las Variables	33
Cuadro 6. Barreras de Entrada	33
Cuadro 7. Barreras de Salida	36
Cuadro 8. Cuadro Guía de Clasificación de las Variables	39
Cuadro 9. Rivalidad existente entre competidores	40
Cuadro 10. Amenaza de entrada de nuevos competidores	41
Cuadro 11. Poder de negociación con los consumidores	42
Cuadro 12. Poder de negociación de los proveedores	43
Cuadro 13. Amenaza de productos sustitutos	43
Cuadro 14. Asentamientos humanos Parroquia de Tonsupa	59
Cuadro 15. Hoteles en Esmeraldas	67
Cuadro 16. Turismo Receptor Atacames	67
Cuadro 17. Turismo Receptor 2015	68
Cuadro 18. Lodging Activity Build-up approach	73
Cuadro 19. Boletín Turismo Interno	75
Cuadro 20. Entrada de Extranjeros al Ecuador por países	76
Cuadro 21. Entrada de extranjeros al Ecuador según edad	77
Cuadro 22. Análisis Financiero	78
Cuadro 23. Costos de Construcción	80
Cuadro 24. Lista Suministros	82
Cuadro 25. Escenario suministros habitaciones	84
Cuadro 26. Escenario costos de limpieza	85
Cuadro 27. Lista equipamiento habitaciones	86
Cuadro 28. Escenario depreciación	88
Cuadro 29. Gasto Nómina	89
Cuadro 30. Costos Alimentos y Bebidas	91
Cuadro 31. Equipamiento Cocina	92
Cuadro 32. Equipamiento Restaurante y Buffet	93
Cuadro 33. Equipamiento Bar	94
Cuadro 34. Depreciación anual Alimentos y Bebidas	95
Cuadro 35. Escenarios costo Spa	96
Cuadro 36. Equipamiento Spa	96
Cuadro 37. Costos y depreciación Spa	96
Cuadro 38. Equipamiento Hotel	98
Cuadro 39. Depreciación Hotel Boutique	99
Cuadro 40. Costos limpieza hotel	100
Cuadro 41. Gasto Utilities	101

Cuadro 42. Honorarios Profesionales	101
Cuadro 43. Escenario ingresos habitaciones.....	103
Cuadro 44. Escenario ingresos Alimentos y Bebidas	104
Cuadro 45. Escenario ingresos spa	105
Cuadro 46. Escenario ingresos jet ski	106
Cuadro 47. Escenario ingresos telecomunicaciones	106
Cuadro 48. Escenario ingresos lavandería	107
Cuadro 49. Programa de espacio Hotel Boutique.....	113

TABLA DE FIGURAS

Figura 1. Matriz de rentabilidad.....	38
Figura 2. Estrella Sectorial.....	44
Figura 3. Mapa de ubicación de Tonsupa	45
Figura 4. Terreno zona Miramar	46
Figura 5. Terreno Tonsupa.....	49
Figura 6. Terreno Tonsupa #2.....	50
Figura 7. Entrada de extranjeros al Ecuador	76
Figura 8. Huevos Revueltos	121
Figura 9. Tigrillo	121
Figura 10. Bolón de verde con queso.....	121
Figura 11. Bolón de verde chicharrón.....	122
Figura 12. Sanduche 1.....	122
Figura 13. Sanduche 2.....	122
Figura 14. Ensalada de frutas.....	123
Figura 15. Arroz Mixto	124
Figura 16. Camarones al ajillo	124
Figura 17. Encocado de pescado.....	125
Figura 18. Conchas asadas	125
Figura 19. Encebollado	126
Figura 20. Arroz con camarón	126
Figura 21. Ceviche con camarón	127
Figura 22. Ceviche con concha.....	127
Figura 23. Ceviche con pescado	128
Figura 24. Empanada de camarón.....	128
Figura 25. Empanada de queso	128
Figura 26. Arroz, filete de pescado	129
Figura 27. Arrox, filete de carne	129
Figura 28. Mini brocheta de pollo.....	129
Figura 29. Recetas estándar bebidas	132

Figura 30. Descripciones de puesto Hotel Boutique.....	141
Figura 31. Organigrama	146

RESÚMEN

Serenité es un Hotel Boutique ubicado en la parroquia de Tonsupa, Ecuador. Este proyecto tiene como concepto principal el *relax*, ofreciendo todo tipo de servicios y facilidades donde las personas puedan llenarse de energía positiva y conseguir paz interior. La idea nace al identificar un vacío en el mercado y la necesidad de un establecimiento de alojamiento en temporada alta y feriados de la zona. Es un hotel que tiene como objetivo ser considerado un centro de vacaciones para personas nacionales y extranjeras durante todo el año. La propuesta de valor de *Serenité* se centra en un servicio único y atractivo, atención al cliente excepcional y eficiencia en las operaciones.

ABSTRACT

Serenité Boutique Hotel is located in the parish of Tonsupa, Ecuador. This project's main concept is *relax*, offering all kinds of services and facilities where people can be filled with positive energy and achieve inner peace. The idea rises by identifying a gap in the market and the need for a Lodging service during high season and holidays of the area. It is a hotel that aims to be considered a resort for nationals and foreigners throughout the year. The value proposition of *Serenité* focuses on a unique and attractive service, exceptional customer service and operating efficiency.

CONCEPTO DEL PROYECTO

Este proyecto está basado en dos conceptos que tiempo atrás podían parecer contrarios, sin embargo hoy en día es una nueva tendencia en el mundo de la Hotelería que ha atraído muchas personas. Los dos conceptos son *Hotel Boutique* y *No-frills-chic*; es importante mencionar que este tipo de hotel es aquel que tiene un máximo de 100 habitaciones para ofrecer una experiencia más personal y exclusiva y se distingue por un tipo de diseño o concepto específico. Normalmente está dirigido a un mercado con un nivel socio-económico medio alto y alto y el target de mercado tiene entre 25 a 55 años de edad. El término *No-frills-chic* se refiere a un tipo de hotel que ofrece un servicio muy atractivo pero a un precio competitivo, con esta idea se remueven los productos o servicios extremadamente caros y se los reemplaza por otros sin que esto afecte de manera negativa la experiencia del cliente.

Mediante esta investigación se ha podido definir un vacío que existe en el mercado en la parroquia de Tonsupa, el cual considero que podría ser llenado con este proyecto. La mezcla de los dos conceptos previamente presentados podría ser una opción muy atractiva para el tipo de clientes que visitan esta playa. Primero hay que mencionar que en esta parroquia no existe ningún Hotel Boutique, por lo cual quisiera ofrecer un hotel con el concepto de *relax* donde las personas de diferentes edades dejen que sus cuerpos y mentes estén relajados y se llenen de energía positiva. Uno de los principales objetivos del proyecto es atraer personas extranjeras y nacionales con una edad entre 25 y 55 años de edad. En esta playa el mayor porcentaje de visitas proviene de personas con un nivel socio económico medio alto, es por esto que la idea de *No-frills-chic* encaja perfecto para ofrecer precios más convenientes que los incite visitar el hotel. Otro punto muy importante a favor del proyecto es que Tonsupa es una de las playas más turísticas en el país, por lo cual la oferta de servicios de alojamiento no cubre con la demanda que existe especialmente en feriados.

Este proyecto se va a realizar en el área de Miramar en la parroquia de Tonsupa, la cual es el centro de los servicios de alojamiento más recocidos. El terreno para el proyecto tiene una extensión de 1.800 m², en el cual se tiene la intención de construir tres tipos de habitaciones: las habitaciones TIPO A son aquellas con una capacidad para dos personas, las TIPO B con una capacidad para 4 personas y las suites TIPO C con capacidad para 8 personas. Algunas de las habitaciones cuentan con balcones para los huéspedes que deseen un área de fumadores. Es importante mencionar que todas las habitaciones están conectadas para que los huéspedes puedan hacer diferentes configuraciones según su conveniencia.

Existen diferentes áreas en el proyecto que van acorde con el concepto de *relax* que se quiere ofrecer a los huéspedes. Tomando en cuenta que el hotel no tiene una ubicación frente a la playa, se han proyectado diferentes vistas atractivas dentro del mismo. En el área de Alimentos y Bebidas se ofrece un restaurante cómodo y privado con una capacidad para 48 personas, en el cual se ofrece un buffet para el desayuno y platos a la carta para el almuerzo y cena. Existe un gran bar que es la única área del proyecto que rompe con el concepto de introversión, ya que el mismo tiene una construcción de mamparas de vidrio a media altura para que sea visto desde la parte exterior. Este tiene una capacidad para 60 personas y trabaja conjuntamente con una barra que se encuentra en el interior de la piscina. El objetivo del bar es ofrecer un centro de entretenimiento nocturno seguro y llamativo que no existe en la zona. El hotel cuenta con un área húmeda, donde hay una amplia piscina para los huéspedes, camas para bronceado y 3 gazebos que tienen un diseño acorde al concepto de relax. Existe un área de entretenimiento para adultos en los cuales pueden disfrutar de juegos como billa, cartas, fútbolín y más; ésta área tiene una parte exterior en la cual hay un jardín con estilo griego en el cual los huéspedes pueden tener contacto con la naturaleza. Existe un área cómoda de parqueaderos, ya que gran porcentaje de clientes viajan en carro propio.

Finalmente en la terraza de una de las torres del proyecto existe un spa donde se brindan tratamientos de relajación y jacuzzis. Al frente de esta área hay una sala de proyecciones donde los huéspedes pueden disfrutar de diferentes películas en Netflix o películas de cartelera a horarios específicos.

Este proyecto contiene servicios y facilidades muy difíciles de encontrar en la zona y los ofrece a precios convenientes y en un ambiente completamente seguro. Las tarifas promedio con las cuales arrancará el proyecto para el área de Habitaciones son: \$80 dólares por una habitación TIPO A, \$150 dólares por una habitación TIPO B y \$240 dólares por una suite TIPO C. Las tarifas promedio para el área de Alimentos y Bebidas son: \$10.00 por desayuno buffet, \$9.60 para platos a la carta, \$3,75 para picaditas, \$3.50 para postres, \$8.50 para bebidas alcohólicas, \$2.95 para jugos naturales y \$3.25 para batidos. Durante temporada alta y feriados donde el porcentaje de ocupación puede llegar a su máximo, habrá un incremento del 10% para las tarifas de habitaciones, alimentos y bebidas.

ENTORNO MACROECONÓMICO

Hoy en día las organizaciones se enfrentan a un macro ambiente en constante cambio lleno de competencia y retos. Por lo cual, es esencial identificar los factores externos que pueden tener impacto en las operaciones de tu negocio e industria a la que perteneces. Este análisis es una herramienta muy útil para identificar las variables económicas, políticas, sociales, ambientales y tecnológicas como oportunidades o amenazas.

Con el objetivo de identificar los factores externos con mayor impacto en el proyecto he realizado una evaluación compuesta por 25 variables, las cuales han sido calificadas por 5 personas con conocimientos y experiencia en la industria hotelera. Cada persona tuvo un límite de 15 puntos para priorizar las variables con mayor importancia, las que no estuvieron dentro de los 15 puntos obtuvieron un valor de cero. Después de la evaluación, las variables que tuvieron un promedio mayor o igual que 1 fueron escogidas como las de mayor influencia externa para el negocio.

La evaluación se basó en los siguientes criterios de calificación:

CUADRO GUÍA DE CLASIFICACIÓN DE LAS VARIABLES	
CLASIFICACIÓN	CRITERIO DE EVALUACIÓN
1	La variable tiene muy baja relevancia
2	La variable tiene baja relevancia
3	La variable tiene relevancia mediana
4	La variable tiene alta relevancia
5	La variable tiene muy alta relevancia

Cuadro 1. Guía de Clasificación 1

Resultados de la Evaluación

VARIABLES		PARTICIPANTES					TOTAL	PES O
No.	DESCRIPCIÓN	Stephani e Bastidas	Hernán Fernande z	Carolin a Checa	Alejandra Chiriboga	Xavier Chiriboga		
ECONÓMICAS								
1	Cambios en la tasa de desempleo en Esmeraldas.	0	0	0	0	0	0	0,0
2	Inflación	0	0	0	0	0	0	0,0
3	Cantidad usada en Gasto Público (vías)	1	1	1	1	0	4	1,3
4	Aumento en el Impuesto a la renta	0	0	0	0	0	0	0,0
5	Aumento de aranceles para materiales de construcción	2	1	1	0	2	6	2,0
POLÍTICAS								
1	Bajos intereses en préstamos de la CFN	0	0	0	0	1	1	0,3
2	Incremento en el tiempo para sacar permisos de construcción y funcionamiento.	1	1	1	1	2	6	2,0
3	Migración (cantidad de turistas que visitan el país por año)	0	0	1	1	1	3	1,0
4	Incentivos del gobierno y ministerio para proyectos turísticos.	2	3	3	2	2	12	4,0
5	Código laboral y ajustes al mismo	0	0	0	0	0	0	0,0
SOCIALES								

1	Edades predominantes en el país	0	0	0	0	0	0	0,0
2	Cantidad de tiempo de vacaciones al año	1	1	0	1	1	4	1,3
3	Cantidad de dinero gastado en actividades de ocio	0	3	1	1	0	5	1,7
4	Nivel de educación de las personas en Esmeraldas	2	0	1	1	1	5	1,7
5	Falta de planificación por parte del municipio para ofrecer insumos alimenticios y servicios hoteleros	1	0	2	1	2	6	2,0
AMBIENTALES								
1	Humedad y clima caliente en Tonsupa (mayor mantenimiento)	0	0	0	1	1	2	0,7
2	Desabastecimiento de agua potable (especialmente temporada alta)	1	1	1	1	1	5	1,7
3	Calidad de luz eléctrica	1	1	1	1	0	4	1,3
4	Contaminación por ruido (personas, máquinas, vehículos)	0	0	0	0	0	0	0,0
5	Eventos naturales impredecibles (Corriente del niño)	0	0	0	1	0	1	0,3
TECNOLÓGICAS								
1	Disponibilidad y costos de software y hardware para la	1	0	0	1	1	3	1,0

	administración y operación del hotel							
2	Innovaciones tecnológicas en hoteles competidores	0	1	0	0	0	1	0,3
3	Disponibilidad de información sobre la competencia en medios electrónicos (Tripadvisor, Facebook, etc.)	2	2	1	1	0	6	2,0
4	Disponibilidad y costos de tecnología para la seguridad del hotel (cámaras, alarmas, etc.)	0	0	0	0	0	0	0,0
5	Calidad y acceso a internet en Tonsupa	0	0	1	0	0	1	0,3
PROMEDIO DE CALIFICACIONES							3,0	

Cuadro 2. Resultados Evaluación 1

Descripción de las variables:

A continuación se presentará información sobre las variables con mayor relevancia para el proyecto. Según los datos y características de las mismas se podrá determinar si serán una amenaza o una oportunidad para la rentabilidad y éxito del mismo.

Cantidad usada en gastos públicos (OPORTUNIDAD).

El gasto público se refiere a las compras y gastos realizados por el Estado en un periodo determinado. Este tipo de gasto es muy importante ya que dependiendo del nivel del mismo se generará un efecto en la economía del país.

El gasto público en el Ecuador creció en una cantidad de 3.729, 1 millones de dólares en 2013 con relación al año anterior, hubo un incremento de 3,83% con relación al año 2012. Este gasto alcanzó el 44,38% del *PIB* en relación al 40,55% del *PIB* en el año previo. Se considera que la posición del Ecuador frente al mundo con relación a gastos públicos ha progresado de manera positiva.

El Ministerio de Transporte y Obras públicas desde el 15 de enero de 2007 hasta la fecha, invierte alrededor de \$3450 millones de dólares, entre otras labores, en la construcción, reconstrucción, mejoramiento, ampliación, rectificación, rehabilitación, terminación, mantenimiento, remodelación y recapeo, en alrededor de 5000 kilómetros de carreteras, puentes, puertos y aeropuertos, ubicados en todo el país.

(Ministerio de Transporte y Obras Públicas 2012)

Con el gasto público se ha logrado el desarrollo del sector turístico ya que se cuenta con carreteras donde las personas y productos pueden trasladarse de manera rápida y segura. El Ministerio tiene bajo su cargo 8.653, 6 kilómetros de carreteras, las cuales están divididas en 6.741 que son administradas directamente, 1.350 kilómetros son concesionadas y 562 kilómetros se encargan los consejos provinciales. Para garantizar a los viajeros un tráfico normal también se ha tenido como objetivo la ampliación de las vías a 4, 6 y 8 carriles. Hasta el año 2012 el primer mandatario habría asignado alrededor de 5.000,000 millones de dólares para los diferentes proyectos, con la meta de convertir 1.286 kilómetros de vías en súper autopistas hasta el 2014. Las vías Quito-Santo Domingo, Santo Domingo-Quininde-Esmeraldas son parte del programa, las cuales contarán con viaductos y túneles con alta movilidad y gran seguridad.

Hay que tomar muy en cuenta para este proyecto que durante el 2015 la baja del petróleo complica la economía del país y la cantidad destinada para gasto público. “El gasto del sector público no financiero representó 41% del Producto Interno Bruto en el

2013, mayor que el 2006 (21.3%). Los ingresos petroleros son clave para este esquema” (Observatorio Política Fiscal 2014). Entre enero y agosto del 2014 el precio del petróleo fluctuó entre los \$94 dólares, sin embargo en el mes de octubre hubo una gran caída al llegar a \$72 y \$73 dólares por barril. Se ha estimado que el precio del crudo nacional fluctuará entre \$80 y \$84 dólares por barril durante el 2015. “Este y el próximo año son difíciles, por las grandes obras de infraestructura, pero a partir del 2017 se espera que el escenario se recomponga” (Hernández 2014).

Aumento de aranceles para materiales de construcción (AMENAZA).

El Gobierno ecuatoriano en febrero del 2014 aumento los impuestos a las importaciones de manufacturas y materia prima con el objetivo de impulsar la producción nacional. Este aumento de aranceles está relacionado con el sector metalmecánico donde están incluidos los insumos para la construcción. Varios de estos productos tenían una tarifa de cero o de 8% a 20%, sin embargo ahora se debe pagar un impuesto del 25%. Los artículos más importados en el país los cuales se está tratando de limitar son acero, chapas, barras, clavos, grapas, manufacturas de alambre y hierro, puertas, marcos y ventanas, cables y artículos de cobre.

Incremento en el tiempo para sacar permisos de funcionamiento y construcción (AMENAZA).

Los permisos de construcción y funcionamiento para un negocio son de gran importancia ya que sin los mismos tu negocio no puede operar legalmente. Un retraso en la obtención de ellos significa pérdida de tiempo y hasta dinero, ya que no puedes empezar el proyecto. Como se puede observar en la tabla el promedio de días para sacar los permisos de construcción en la provincia de Esmeraldas es de 18 días laborables,

mientras que para los permisos de funcionamiento es muy importante tomar en cuenta que la mayoría de ellos deben ser renovados una vez al año.

PERMISOS DE CONSTRUCCIÓN		
PERMISOS	REQUISITOS	TIEMPO
Línea de fábrica	1) Escritura	5 días laborables
	2) Pago predial actualizado y original	
	3) Copia de cédula y papeleta votación	
	4) Especie de línea de fábrica	
	5) Certificado de Gravamen	
Permisos de construcción	1) Escritura	5 días laborables
	2) Pago predial actualizado y original	
	3) Línea de fábrica	
	4) Copia de cédula y papeleta votación	
	5) Especie valorada para permiso de construcción	
	6) Certificado de Gravamen	
	7) Planos estructurales y arquitectónicos	
Desmembraciones o Fraccionamiento	1) Copia de cédula y papeleta votación	5 días laborables
	2) Copia de escritura	
	3) Línea de fábrica	
	4) Certificado de Gravamen	
	5) Especie Valorada	
	6) Plano en A3 con lotes desmembrados	
Propiedad Horizontal	1) Copia de cédula y papeleta votación	8 días laborables
	2) Solicitud dirigida al Sr. Alcalde	
	3) Copia de escritura	
	4) Línea de fábrica	
	5) Certificado de Gravamen	
	6) Memoria técnica descriptiva elaborada y reglamento interno	
	7) Juegos de planos	

Cuadro 3. Permisos de Construcción 1

PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO		
PERMISOS	REQUISITOS	TIEMPO
Registro Actividad Turística	Se debe pagar y/0 cumplir la obligación al Ministerio de Turismo	Solo una vez
Licencia Funcionamiento Turismo	Se debe pagar y/0 cumplir la obligación al Ministerio de Turismo y Municipios	Anual
Permiso Sanitario	Se debe pagar y/0 cumplir la obligación al Ministerio de Salud	Anual
Certificado de Salud Empleados	Se debe pagar y/0 cumplir la obligación al Ministerio de Salud	Anual
Patente	Se debe pagar y/0 cumplir la obligación al Municipio	Anual
Rótulos y publicidad exterior	Se debe pagar y/0 cumplir la obligación al Municipio	Anual
Bomberos	Se debe pagar y/0 cumplir la obligación al Cuerpo de Bomberos	Anual
Licencia Ambiental	Se debe pagar y/0 cumplir la obligación al Municipio	Anual

Cuadro 4. Permisos de Funcionamiento

Migración, cantidad de turistas que visitan al año el país (OPORTUNIDAD).

Se estima que alrededor de 1,5 millones de extranjeros visitaron el Ecuador durante el 2014 rompiendo un nuevo record con relación a años pasados. El 45% de arribos fueron al aeropuerto Mariscal Sucre en Quito, 22% al aeropuerto José Joaquín de Olmedo en Guayaquil y 27% por vía terrestre.

La visita de turistas en el Ecuador ha aumentado durante 18,1% los dos primeros meses del año 2014. Ingresaron alrededor de 277.160 viajeros al país durante enero y febrero, la mayoría de turistas provienen de Colombia con 81237 visitantes, Estados Unidos con 39.244 visitantes y Perú con 34.724 visitantes. Otros países con un menor porcentaje que decidieron visitar el país son Argentina, Chile, España, Venezuela, Canadá, Alemania y México.

Durante el año se lanzó una de las campañas más importantes para promover el turismo e imagen del país con el nombre de “*All you need is Ecuador*”. Uno de los objetivos es convertir a Ecuador en una potencia turística y tener una “economía menos dependiente de “bienes finitos” como el petróleo y materias primas y que se desarrolle conocimiento, productos con valor agregado y servicios en los que la innovación y el talento humano sean claves” (El Telégrafo 2014). Durante este año medios publicitarios muy reconocidos como el *New York Times* ubicó a Ecuador en el número 7 de la lista de los “52 lugares en el mundo que se deberían visitar” y *USA Today Travel* como uno de los “10 destinos que se deben visitar antes de morir”.

Incentivos del Gobierno y Ministerio para proyectos turísticos (OPORTUNIDAD).

Uno de los planes del gobierno ecuatoriano es la inversión en proyectos turísticos para el desarrollo de la economía del país. El *Ministerio de Turismo* está implementando una nueva política para poder atraer y fomentar la inversión en esta

industria. Mediante la *Subsecretaría de Promoción* se está ofreciendo a los empresarios todas las facilidades para motivarlos a desarrollar sus proyectos. Con esta política también se tiene el objetivo de impulsar a las operadoras turísticas existentes para que puedan mejorar e incrementar sus servicios a través de créditos con la *Corporación Financiera Nacional* y el *Banco del Instituto de Seguridad Social*. Las inversiones en el sector turístico de Ecuador son una gran oportunidad, el turismo en el país está creciendo a una tasa del 14,2% mientras que en el mundo al 5% lo que ubica a Ecuador en el segundo lugar como el país con mayor crecimiento en Latinoamérica y entre los 10 países de mayor proyección del mundo. El primer mandatario resaltó que durante el 2016 se demandarán varios servicios del área del turismo, por lo cual son factibles las inversiones en la industria. “Está empezando a fortalecerse y a crecer un sector de una dinámica impresionante que podría superar al petróleo en el Ecuador” (*Mesa, 2014*).

Cantidad de tiempo de vacaciones al año (AMENAZA).

“Los beneficios sociales corresponden exactamente a aquellos derechos reconocidos a los trabajadores y que también son de carácter obligatorio que van más allá de las remuneraciones normales y periódicas que reciben por su trabajo” (*Ministerio Relaciones Laborables 2014*).

Según el Art. 69 del *Código de Trabajo* los trabajadores tienen derecho a quince días ininterrumpidos de vacaciones al año, en los cuales están incluidos los días no laborables. Los trabajadores que han estado en la misma empresa por más de 5 años se les incrementará un día de vacaciones extra por cada uno de los años excedentes o tienen la opción de recibir en dinero la remuneración de los días excedentes.

El calendario de feriados nacionales en Ecuador 2015 son los siguientes:

- Carnaval: lunes 16 y martes 17 de febrero
- Viernes Santo: viernes 3 de abril

- Día del Trabajo: Viernes 1 de mayo
- Batalla de Pichincha: domingo 24 de mayo
- Primer Grito de la Independencia: lunes 10 de agosto
- Independencia de Guayaquil: viernes 9 de octubre
- Día de Difuntos e Independencia de Cuenca: lunes 2 y martes 3 de noviembre
- Navidad: viernes 25 de diciembre

Cantidad de dinero gastado en actividades de ocio (OPORTUNIDAD).

Durante el mes de octubre 2014 el periódico *El Comercio* realizó una encuesta a los ecuatorianos para saber sus preferencias y cantidad de gastos en actividades turísticas. Se determinó que 43% de las personas prefieren conocer lugares nuevos y que 5% de las personas prefieren viajar sin compañía. En esta evaluación se quiso determinar cómo viven los ecuatorianos durante los feriados basados en 5 factores: planificación, presupuesto, lugares a visitar y expectativas. La encuesta fue realizada a 373 usuarios y los resultados demostraron que el 36% de los mismos planifican con menos de una semana de anticipación las actividades que van a realizar en un feriado.

Con relación al presupuesto se determinó que están dispuestos a gastar una cantidad de \$100 a \$500 dólares durante el feriado, la mayor cantidad de su presupuesto se destina a alimentación y hospedaje, mientras que el rubro menor es para transporte y atracciones turísticas. En el estudio también se reveló que los ecuatorianos normalmente viajan en grupos de tres personas o en parejas.

Un dato muy importante es que los ecuatorianos mencionaron que durante los feriados prefieren visitar lugares internos del país. Las personas de la Sierra van como opción número uno a la Costa, segundo lugar la Amazonía y tercer lugar lugares de la Sierra.

Nivel de educación en las personas de Esmeraldas (AMENAZA).

Según datos del censo realizado en el año 2010 se han recopilado datos para determinar las características de la educación en Esmeraldas. Con el sistema educativo vigente, la tasa de asistencia neta de las personas de 15 a 17 años de edad es de 69.7, mientras que para las personas de 5 a 14 años de edad es de 90.7. Con relación a la tasa de analfabetismo se sabe que las personas de 15 años de edad en adelante fue del 9.8 en el año 2010. Finalmente el promedio de años de escolaridad para personas de 24 años de edad o más es de 8.6. Se ha hecho una división de este factor con relación a género y lugar de vivienda. Se sabe que el promedio de años de escolaridad en hombres es de 8.3 y en las mujeres de 8.9. Mientras que el promedio para las personas que viven en zonas urbanas es de 10.4 y en zonas rurales de 6.7.

En el país existe un alto nivel de ingresos destinados para el mejoramiento de instrucción primaria pero esto no sucede a nivel de la instrucción secundaria. Durante el 2008 se realizaron pruebas para medir el nivel de educación en diferentes provincias del país y Esmeraldas obtuvo el porcentaje más bajo de todos.

Falta de planificación por parte del Municipio para ofrecer insumos alimenticios y servicios hoteleros (AMENAZA INSUMOS ALIMENTICIOS, OPORTUNIDAD FALTA SERVICIOS HOTELEROS).

Atacames tiene una de las plazas hoteleras más grandes en el Ecuador, existen alrededor de 274 lugares de alojamiento con una capacidad para 19401 personas, además de la presencia de 3500 departamentos de los condominios privados en Tonsupa. Sin embargo, durante feriados es muy común que la demanda llegue a una cantidad alrededor de 25000 personas. En el feriado de Carnaval en febrero del 2015 se esperó el arribo de 40000 personas, con la cual se puede observar la gran brecha que existe entre la demanda y oferta del lugar.

Durante los feriados por la cantidad de personas normalmente hay falta de agua, electricidad e insumos alimenticios. En Tonsupa la presencia de supermercados es limitada, muchas veces las personas deben salir hacia Esmeraldas para encontrar lugares con mayor abastecimiento de productos alimenticios. Muchos consumidores han tomado otras alternativas con respecto a la comida para sus vacaciones y es comprar los productos en las ciudades donde viven para no tener falta de los mismos en Tonsupa.

Desabastecimiento de agua potable (AMENAZA).

El agua potable que abastece a la provincia de Esmeraldas proviene del río Esmeraldas, lamentablemente la misma tiene una cuenca hidrográfica amenazada por varios factores como explotación de recursos petroleros y tala de árboles. Las mismas han provocado que exista una disminución del caudal y una pérdida en la altura de fondo del río.

“La cantidad de agua captada para ser potabilizada es de 1.025 l/s para abastecer a 400,000 habitantes de varios cantones y ciudades. El consumo de agua per-cápita es de 150 a 200 l/d1, la producción neta de agua potable es de 1.649 litros por mes o 54,4 l/d5, con una cobertura de servicio de 70%” (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Esmeraldas 2013)

Lamentablemente el caudal no tiene la capacidad para cubrir con el requerimiento de agua necesitada. La situación empeora durante los meses de agosto a octubre, ya que en épocas de invierno debido a la lluvia se arrastra diferentes sedimentos al río, mientras que en época de verano la profundidad del río solo llega a 45 cm.

Para el pago de servicio de agua existe diferencias según a la zonificación de la ciudad y la zona rural. Un problema es que esta recaudación solo cubre los gastos

operativos ya que solo el 40% de consumidores pagan, por esto normalmente ciertas instituciones y empresas son las que subsidian el servicio.

Calidad de luz eléctrica (AMENAZA).

El consumo de energía eléctrica en la provincia de Esmeraldas está distribuida de la siguiente manera: 30,6% para el sector residencial, 11,3% para el comercial, 14,9% para el sector industrial, 12% para alumbrado público y 31,2% para otros suministros.

“El sistema de transmisión mantiene algunas dificultades en el proceso operativo; se relacionan con el retraso en las actividades de mantenimiento que requiere el sistema; a la demora en la ejecución de las obras programadas; a las limitaciones financieras de la empresa de transmisión; y a las restricciones en el Sistema que han obligado a soluciones de coyuntura, las cuales están afectando la calidad del servicio” (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Esmeraldas 2013).

Según el censo realizado en el año 2010 se determinó que la provisión del servicio eléctrico con el servicio de red más desarrollado es del 92,7%. Con una mejora en el servicio de red se ha podido realizar una ampliación en la red domiciliaria y la instalación y mejoramiento de alumbrado público.

Disponibilidad y costos de software y hardware para la administración y operación del hotel (AMENAZA).

Hoy en día es muy importante automatizar ciertos servicios en los hoteles para ser más eficientes y productivos. Hay empresas hoteleras que aún se manejan con procesos informales sin embargo para el proyecto en mente es necesario contar con la mejor tecnología posible de software y hardware. Un software utilizado en Ecuador es *FrontHotel* que fue creado por la empresa internacional ICG Software. Esta

herramienta “usado para reservar habitaciones, pago de uso de salones, spa, balnearios, y los diferentes servicios que preste un hotel u hostería. Lo destacado del producto es que integra todas estas funciones. Desde la tarjeta de acceso hasta el pago o check-in se hacen con el mismo sistema” (*Revista Líderes*). El inconveniente de estos programas es que tienen un costo bastante alto que llega a los miles de dólares para su implementación.

Para la administración del hotel y ciertas facilidades se necesitan de artículos como computadoras, televisiones, impresoras, teléfonos y más. Lo cual es una amenaza ya que en este momento en nuestro país los aranceles y restricciones para este tipo de productos son altos.

Disponibilidad de información sobre la competencia en medios electrónicos (OPORTUNIDAD).

Considerando que actualmente existen alrededor de 300 hoteles en Tonsupa el nivel de información electrónica sobre los mismos no es muy alto. Si uno hace una búsqueda en Internet solo aparecen los nombres de los hoteles más conocidos como *Hotel Castelnuovo*, *Hotel Puerto Ballesta*, *Hotel Makana Resort*, *Casaymar Hotel*, *Hostería Puerto Gaviota*, etc. Muy pocos de ellos poseen una página web propia y si la tienen las características e información que puedes encontrar es muy vaga.

Al hacer la búsqueda electrónica tienes dos opciones o buscar en las páginas amarillas o entrar a *Despegar.com*, *BookingBuddy* y *Tripadvisor*. Sin embargo a diferencia de otros destinos la cantidad de opciones que te aparecen son muy limitadas. Por ejemplo en *Despegar.com* al hacer una búsqueda sobre hoteles en Tonsupa solo aparecen 8, en *BookingBuddy* se debe extender la búsqueda con Atacames ya que la opción de Tonsupa no existe y solo aparecen 19 opciones, finalmente en *Tripadvisor* solo aparecen 5 hoteles de los cuales el que más opiniones tiene solo son 61.

Barreras de Entrada y Salida

Para el proyecto es muy importante determinar cuáles son las barreras de entrada y salida de la industria, ya que con las mismas podemos saber las dificultades que existen para ingresar al mercado y los obstáculos que impiden la salida del mismo.

He realizado una evaluación para determinar cuáles son las barreras de entrada y salida que podrían afectar la implementación del proyecto, el cual está dirigido a un target de mercado de nivel socio económico medio y medio-alto. El objetivo de realizar la evaluación es conseguir promedios del nivel de importancia de los dos tipos de barreras para elaborar una Matriz de Riesgos de Rentabilidad y saber en qué cuadrante (desastre total, bueno pero riesgoso, negocio indiferente y negocio rentable) se encuentra el proyecto.

La calificación de las variables se basó en los siguientes criterios:

CUADRO GUÍA DE CLASIFICACIÓN DE LAS VARIABLES	
CLASIFICACIÓN	CRITERIO DE EVALUACIÓN
1	La variable tiene muy bajo impacto
2	La variable tiene baja impacto
3	La variable tiene impacto medio
4	La variable tiene alta impacto
5	La variable tiene muy alta impacto

Cuadro 5. Cuadro Guía de Clasificación de las Variables

Barreras de entrada.

TIPO DE BARRERA	CALIFICACIÓN					PROMEDIO
	Stephanie Bastidas	Hernán Fernández	Carolina Checa	Alejandra Chiriboga	Xavier Chiriboga	
BARRERAS DE ENTRADA						
Capital Requerido	5	5	5	5	5	5.00
Servicios Diferenciados	3	2	3	3	3	2.80
Marcas Fuertes	4	3	2	3	3	3.00
Acceso a Proveedores	4	3	3	4	2	3.20
Normas Legales	3	4	3	5	3	3.60
PROMEDIO BARRERAS DE ENTRADA						3.52

Cuadro 6. Barreras de Entrada

Capital Requerido.

La inversión para un proyecto hotelero es bastante alto, hay varios negocios que necesitaron de millones de dólares para comenzar su operación. En este tipo de negocio es importante recordar que se necesita un ciclo de vida de alrededor de 5 a 10 años para recuperar lo invertido y comenzar a ganar. Para estos proyectos hay que tener paciencia y tener en cuenta que pueden ser rentables pero al largo plazo.

En este proyecto se debe tomar en cuenta ciertos factores que van a aumentar el capital requerido como por ejemplo la ubicación, ya que se encuentra en un lugar muy demandado con mucha competencia por lo cual los costos de los terrenos son caros. Otro factor es el tamaño y las adecuaciones físicas que se deben realizar para la construcción de las habitaciones y espacios públicos. Un beneficio para el proyecto es que el terreno es propio, sin embargo se deben derrumbar 4 casas y hacer remodelaciones para la nueva infraestructura. Todos los departamentos al igual que las facilidades deben poseer diferentes muebles y encerres los cuales incurren en los gastos. Otro factor muy importante es que para la administración y operación del hotel se necesita de softwares y hardware que tienen precios bastante altos en el mercado. El capital requerido para el proyecto es una de las barreras de entrada que más se debe tomar en cuenta.

Servicios Diferenciados.

Quisiera que el proyecto se realice en Tonsupa donde no hay mucha diferenciación en los servicios provistos. Las personas tienen básicamente tres opciones el momento de escoger su tipo de alojamiento y son hoteles, hosterías y departamentos en edificios. Sin embargo estas tres opciones no tienen características extremadamente diferenciadoras con la competencia, ya que en la mayoría te ofrecen las mismas facilidades a precios similares. Es importante mencionar que si se ofrece

al mercado una idea con un concepto más atractivo y a un precio competitivo es muy posible que prefieran esta opción.

Marcas fuertes.

Existen servicios hoteleros en Tonsupa que son los más reconocidos y preferidos por los consumidores. Basándome en negocios cerca del terreno del proyecto las marcas fuertes que se pueden identificar son las siguientes:

- Hotel Puerto Ballesta
- Hostería Cabo Blanco
- Hotel Makana
- Playa Almendro
- Torresol
- Diamond Beach
- Club del Pacífico

Acceso a proveedores.

Para esta variable se debe tomar en cuenta que la ubicación del proyecto no es un lugar completamente desarrollado, por lo cual es muy posible que algunos de los productos que se necesiten para el funcionamiento se deben conseguir en Quito o en otras ciudades. Con relación al área de Alimentos y Bebidas es muy importante conseguir proveedores con los cuales se pueda desarrollar una relación confiable a largo plazo, ya que en el proyecto hay la presencia de dos bares y un restaurante para ofrecer buffet y platos a la carta. Es necesario tomar en cuenta que en el proyecto debe existir una buena área para carga y descarga de productos, de tal manera que haya control sobre los mismos.

Normas legales.

Para el desarrollo de un proyecto uno se debe basar en diferentes leyes de cada lugar. Estas normas se aplican desde un inicio para poder seguir paso a paso el proceso del negocio. Las reglas son necesarias para la construcción, funcionamiento, administración y operación del proyecto. Algunos ejemplo son: permisos de construcción, funcionamiento, municipales, código laboral, normativa tributaria y más. Las mismas no solo son complejas en su aplicación sino que para conseguirlas uno se debe someter a varios trámites lo cual conlleva tiempo y estar bajo procesos burocráticos.

Barreras de Salida.

TIPO DE BARRERA	CALIFICACIÓN					PROMEDIO
	Stephanie Bastidas	Hernán Fernandez	Carolina Checa	Alejandra Chiriboga	Xavier Chiriboga	
BARRERAS DE SALIDA						
Costos de Salida	4	5	3	3	4	3.80
Activos Fijos Especializados	4	3	3	3	5	3.60
Imagen de la Empresa	3	2	3	2	5	3.00
PROMEDIO BARRERAS DE SALIDA						3.47

Cuadro 7. Barreras de Salida

Costos de Salida.

Debido a que en la industria hotelera las inversiones son bastante fuertes el impacto el momento de salir del mercado es alto. La infraestructura del lugar normalmente es muy grande y adecuada específicamente para ese servicio que es difícil la venta inmediata del mismo. Normalmente en los hoteles se necesita de numeroso personal por lo cual también es un problema la cantidad gastada en indemnizaciones. Para un proyecto de este tipo la inversión es alta por lo cual el momento de salir se debe tomar en cuenta las garantías, préstamos y penalizaciones por incumplimiento de contratos. Finalmente para estos negocios se necesita la

compra de muebles, enseres y equipos y si se sale del mercado se debe tomar en cuenta la alta depreciación de los mismos.

Activos fijos especializados.

Se debe tomar en cuenta que este proyecto al ser un Hotel Boutique la inversión en construcción, adecuaciones físicas y diseño tienen un tema específico que es *relax*. Por lo cual, si se sale del mercado no es un lugar que pueda servir inmediatamente para otro tipo de negocio lo que hace que la venta del mismo sea más difícil y más costosa para el nuevo dueño. Para el funcionamiento del hotel se necesita la compra de varios productos que tienen alta depreciación y que al momento de querer venderlos el porcentaje de ganancia es muy bajo y hasta a veces nulo.

Imagen de la empresa.

Para la creación de un buen proyecto hotelero está en juego el nombre e imagen de los propietarios e inversionistas en el mercado. Si por algún problema el negocio toma la extrema decisión de salir de la industria la imagen de la marca va a ser afectada y juzgada, sería muy común que los encargados del hotel tengan una mala imagen y ya no confíen en ellos para otros proyectos.

Matriz de Riesgos de Rentabilidad.

Después de la evaluación los promedios obtenidos fueron 3,47 para las Barreras de salida y 3,52 para las Barreras de entrada, lo cual nos ubica en el cuadrante de Bueno pero Riesgoso. Debido al tipo de industria a la que nos enfrentamos sabemos que un hotel puede ser rentable pero al largo plazo y que se requiere de gran inversión y muy buena administración para tener éxito. La ubicación en el cuadrante nos dice que

debemos tomar varias medidas preventivas y estrategias para reducir lo que más se pueda el nivel de riesgo.

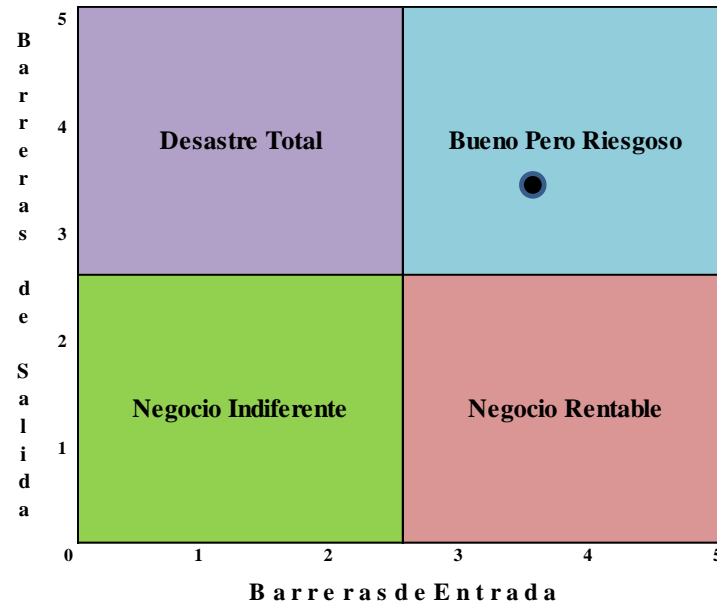


Figura 1. Matriz de rentabilidad

Fuerzas de Porter

El análisis de las 5 Fuerzas de Porter fue desarrollado en el año 1979 por Michael Porter de la Escuela de Administración de Harvard. El objetivo de este análisis es tener un marco de referencia para determinar la intensidad de competencia y atractivo de un mercado. Con este modelo se pueden determinar las 5 fuerzas que forman cualquier tipo de industria.

Las 5 fuerzas competitivas conjuntamente determinan la intensidad competitiva así como la rentabilidad del sector industrial, y la fuerza o fuerzas más poderosas son las que gobiernan y resultan cruciales desde el punto de vista de la formulación de la estrategia (Porter 1997).

Con el fin de realizar una Estrella Sectorial que es un gráfico de posicionamiento de la industria donde queremos competir se ha realizado una evaluación con los siguientes criterios:

CUADRO GUÍA DE CLASIFICACIÓN DE LAS VARIABLES	
CLASIFICACIÓN	CRITERIO DE EVALUACIÓN
1	La variable es muy desfavorable
2	La variable es desfavorable
3	La variable es neutral
4	La variable es favorable
5	La variable es muy favorable

Cuadro 8. Cuadro Guía de Clasificación de las Variables

Rivalidad existente entre competidores.

El proyecto quiere entrar a la Industria Hotelera en Tonsupa, la cual tiene una gran cantidad de arribos que no se logran cubrir. Según análisis de datos hay disponibilidad de alojamiento para 19401 personas mientras que en algunos feriados se ha esperado la llegada de 40000 personas.

En este lugar los tipos de alojamiento son muy parecidos entre si ya que ofrecen servicios, facilidades y precios similares. El hotel se enfrenta a una industria en la cual los constructores e inversores tienen alto capital para remodelaciones e innovaciones. Esta variable se puede apreciar más en los edificios con departamentos que en los hoteles y hosterías. Algunos ejemplos pueden ser la disponibilidad de jacuzzis privados en cada departamento, la apertura de un restaurante conocido como “Noé”, Pent-houses muy lujosos y más.

En Tonsupa se puede encontrar alrededor de 300 hoteles y hosterías y 3500 departamentos en edificios. Los lugares que se han identificado con mayor posicionamiento son: Hotel Puerto Ballesta, Hostería Cabo Blanco, Diamond Beach, Torresol, Playa Almendro, Hotel Makana, y Club del Pacifico.

FUERZAS DE PORTER	CALIFICACIÓN					PROMEDIO
	Stephanie Bastidas	Hernán Fernández	Carolina Checa	Alejandra Chiriboga	Xavier Chiriboga	
RIVALIDAD EXISTENTE ENTRE COMPETIDORES						
Existe una gran cantidad de potenciales clientes que no se logran cubrir	4	3	3	5	4	3.80
Varios hoteles muy parecidas entre si	5	5	5	3	5	4.60
Competidores con capital para reinvertir en remodelaciones	4	5	5	3	4	4.20
Alta cantidad de hoteles y edificios en Tonsupa	4	4	4	4	3	3.80
Hoteles y edificios con gran posicionamiento	3	2	3	4	3	3.00
PROMEDIO						3.88

Cuadro 9. Rivalidad existente entre competidores

Amenaza de entrada de nuevos competidores.

Al target de mercado que se dirige el hotel es a personas entre 25 y 55 años de edad que pertenecen a un nivel socioeconómico medio-alto, con esto se puede determinar que los mismos a pesar de poder darse de vez en cuando un lujo si toman en cuenta el precio de los servicios.

Como se mencionó anteriormente la mayoría de constructores e inversores del área poseen un alto requerimiento de capital y se puede observar en los diseños y facilidades de los alojamientos en los cuales se ha invertido millones de dólares. La red de comunicaciones electrónicas en Tonsupa no es de alta calidad ni la disponibilidad de equipos tecnológicos, sin embargo los negocios han tenido el capital para conseguir productos de alta tecnología en otras ciudades o países para proveer los mejores servicios. En los alojamientos se ofrecen todo tipo de comodidades como pantallas plasma, bluerays, lavadoras, secadoras, juegos de video, WiFi y más.

Después del análisis de Barreras de Entrada, se pudo determinar que hay varias regulaciones del gobierno como permisos de construcción, funcionamiento,

municipales, normas tributarias y más. Sin embargo si se siguen los pasos legalmente y tienes el capital no es una industria con limitantes extremos para entrar. Finalmente los consumidores si tienen sus marcas preferidas de hoteles y departamentos y debido a los servicios ofrecidos se han ganado su lealtad, sin embargo si se logra ofrecer servicios nuevos y más innovadores se podrían influenciar su decisión.

FUERZAS DE PORTER	CALIFICACIÓN					PROMEDIO
	Stephanie Bastidas	Hernán Fernandez	Carolina Checa	Alejandra Chiriboga	Xavier Chiriboga	
AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES						
Capital disponible de los consumidores para utilizar sustitutos	4	3	3	4	3	3.40
Disponibilidad de capital de inversión	4	5	5	4	4	4.40
Acceso a tecnología	4	3	3	3	3	3.20
Regulaciones del Gobierno	3	2	3	3	4	3.00
Lealtad del consumidor hacia el servicio	3	2	3	4	5	3.40
PROMEDIO						3.48

Cuadro 10. Amenaza de entrada de nuevos competidores

Poder de Negociación con los consumidores.

El nivel de demanda de servicios de alojamiento en Tonsupa es alto, por lo cual hay una gran concentración de clientes que afecta la palanca de negociación ya que pueden exigir menos en temporada alta especialmente. Tonsupa es un lugar relativamente pequeño por lo cual los servicios de alojamiento se encuentran concentrados con una distancia de pocos metros entre sí. Para el hotel es una gran oportunidad la cantidad de demanda que existe especialmente si ofrece el nuevo concepto de *relax* que puede ser muy llamativo para las personas que están acostumbradas a hospedarse en lugares sin grandes características diferenciadoras.

La mayoría de personas a las cuales se dirige el proyecto tienen buen nivel de educación y la posibilidad de poseer todo tipo de artículos electrónicos para conseguir

información sobre los servicios que están interesados. Sin embargo el nivel de información que existe sobre los hoteles, hosterías y departamentos en Tonsupa es limitado con páginas que poseen pocas opiniones y características de los mismos.

FUERZAS DE PORTER	CALIFICACIÓN					PROMEDIO
	Stephanie Bastidas	Hernán Fernández	Carolina Checa	Alejandra Chiriboga	Xavier Chiriboga	
PODER DE NEGOCIACION CON LOS CONSUMIDORES						
Tamaño y concentración de clientes en el mercado	4	5	4	4	5	4.40
El cliente genera un volumen importante de las ventas	3	3	3	4	4	3.40
El cliente tiene a su disposición varios servicios no diferenciados	4	5	4	3	4	4.00
El cliente tiene a su alcance (ubicación) varios servicios no diferenciados	4	5	4	4	4	4.20
Nivel de información sobre el servicio	2	3	3	3	3	2.80
PROMEDIO						3.76

Cuadro 11. Poder de negociación con los consumidores

Poder de negociación con los proveedores.

Para el proyecto es muy importante la relación con los proveedores. El servicio de Alimentos y Bebidas posee en total tres puntos de venta, en los cuales se va a ofrecer varios tipos de productos en diferentes formas como buffet o menú. Es muy importante mencionar que al enfrentarnos a la preparación de comida de la costa hay épocas del año donde conseguir los alimentos es difícil y los mismos al ser perecibles son más difíciles de mantener. Esto es una amenaza para nosotros con relación al precio porque hay épocas donde este se puede incrementar bastante. Con relación a productos tecnológicos el proyecto tiene en mente ofrecer habitaciones y facilidades de *relax*, por lo cual hay un problema ya que la oferta de productos tecnológicos en nuestro país es baja y hay que enfrentarse a altos aranceles para los artículos que queramos traer del

exterior. Debido a que se quiere ingresar a la industria hotelera es muy importante saber que es necesario generar relaciones buenas y a largo plazo con los proveedores para poder obtener beneficios para las dos partes con relación a precios, tiempos y calidad.

FUERZAS DE PORTER	CALIFICACIÓN					PROMEDIO
	Stephanie Bastidas	Hernán Fernández	Carolina Checa	Alejandra Chiriboga	Xavier Chiriboga	
PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES						
Alta oferta de los productos como alimentos y bebidas	3	4	3	3	3	3.20
Baja oferta de productos tecnológicos	3	3	2	2	3	2.60
Negociar formas de pago favorables	3	2	2	2	4	2.60
Tiempo de entrega de productos	4	3	3	3	4	3.40
Políticas de calidad del producto	4	3	3	3	5	3.60
PROMEDIO						3.08

Cuadro 12. Poder de negociación de los proveedores

Amenaza de productos sustitos.

La amenaza de productos sustitutos en Tonsupa es un punto que se debe tomar muy en cuenta ya que el tipo de proyecto que se quiere crear es un Hotel Boutique con el concepto de *relax* el cual no tiene mucha competencia directa. Sin embargo, si se puede remplazar con hoteles, hosterías y departamentos en la zona los cuales ofrecen servicios muy similares a precios parecidos entre sí. Se debe determinar los puntos débiles de la competencia y los aspectos que no les gustan a los consumidores para llenar estos vacíos y que los clientes prefieran este negocio.

FUERZAS DE PORTER	CALIFICACIÓN					PROMEDIO
	Stephanie Bastidas	Hernán Fernández	Carolina Checa	Alejandra Chiriboga	Xavier Chiriboga	
AMENAZA DE PRODUCTOS SUBSTITUTOS						
Hoteles en Tonsupa	4	4	4	4	4	4.00
Hosterías en Tonsupa	3	2	4	4	3	3.20
Edificios con departamentos en Tonsupa	5	5	5	4	4	4.60
PROMEDIO						3.93

Cuadro 13. Amenaza de productos sustitutos

Estrella Sectorial.

Mientras más alejado este el gráfico del origen eso significa que la industria tiene problemas, altas amenazas y clientes o proveedores fuertes. Si la estrella es más pequeña eso significa que es un tipo de negocio interesante para competir.

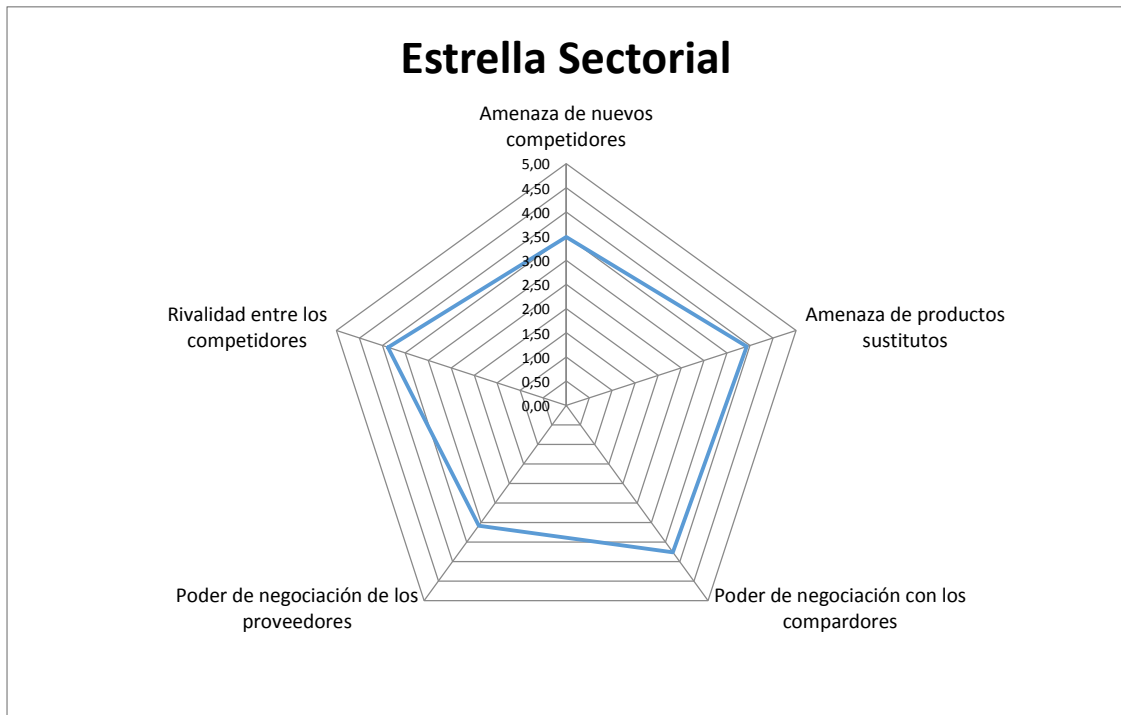


Figura 2. Estrella Sectorial

ANÁLISIS DE SITIO

Localización

“La Parroquia Tonsupa se encuentra ubicada al Nor-Este del Cantón Atacames, en el límite con el cantón Esmeraldas, al Nor-Oeste de la provincia de Esmeraldas, en la línea de costa del Océano Pacífico, a 351 km. de Quito la Capital del País” (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Esmeraldas 2011). Esta cuenta con una playa de 4 kilómetros los cuales van desde Playa Ancha hasta Castelnuovo .Sus coordenadas geográficas son:

Longitud X: 632705

Longitud Y: 98971

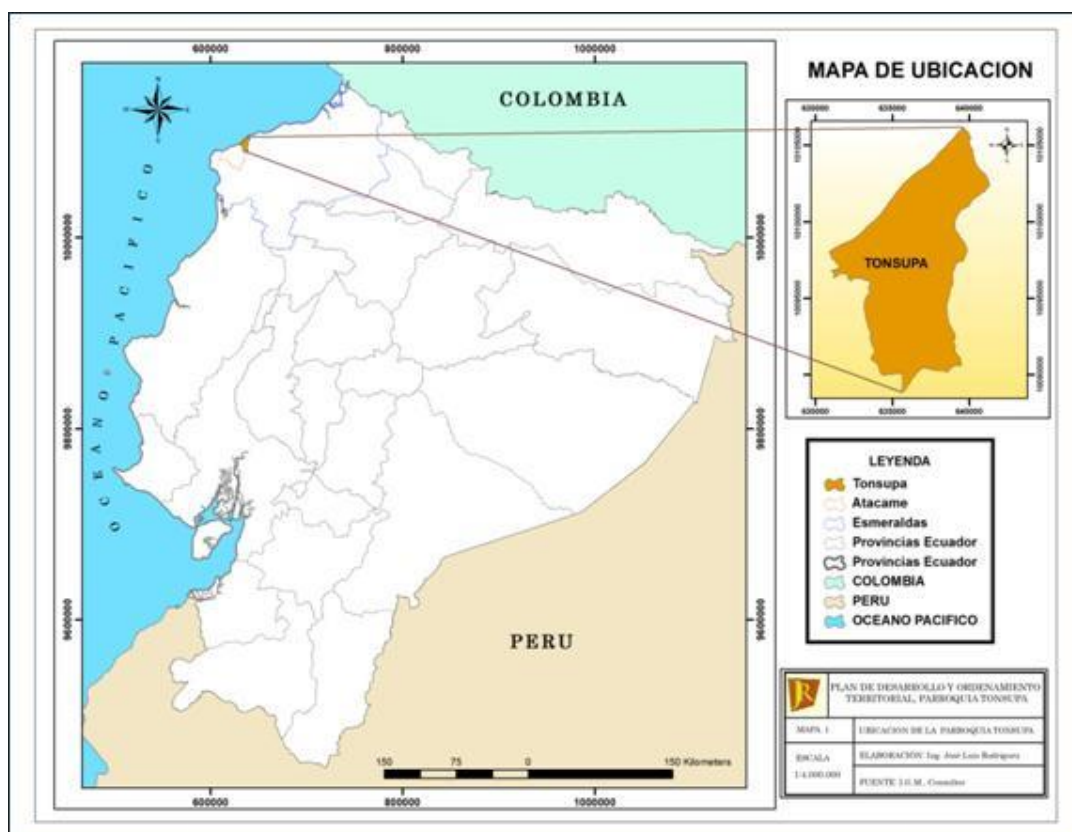


Figura 3. Mapa de ubicación de Tonsupa

El terreno se encuentra ubicado en la zona de Miramar en el Lote No. 76



Figura 4. Terreno zona Miramar

Adaptabilidad y Conveniencia Física del Terreno

Para el proyecto del Hotel Boutique se cuenta con un terreno que tiene una superficie de 1.800 metros cuadrados, el cual se encuentra circunscrito dentro de los siguientes linderos: NORTE: con el lote 75 propiedad de Segundo Hidalgo Espinoza, con 60 metros. SUR: con el espacio verde, con 60 metros. ESTE: con el lote 77 de propiedad de Esthela Vaca de Welch con 30 metros. OESTE: con la calle décima con 30 metros. Según las zonas topográficas que existen en la parroquia se ha determinado que el terreno para el proyecto se encuentra en una zona con variaciones altimétricas que van desde el nivel del mar hasta los 100 metros sobre el nivel del mar.

Actualmente en el terreno se encuentran 4 casas de estructura de hormigón armado, una piscina, un jacuzzi, la vivienda del guardián, los vestidores y una cancha de vóley. Para el nuevo proyecto se quiere demoler las 4 casas para contar con más espacio y crear un diseño diferente para las nuevas habitaciones del Hotel Boutique. La piscina y el jacuzzi serán remodelados con materiales y acabados de buena calidad, mientras que en el área pública se hará una distribución diferente para ofrecer más servicios y facilidades. Se realizará una excavación y movimiento de tierras para la construcción de bodegas, área para transformador y generador, cisterna, bombas, lavandería, área de basura, y otros en el subsuelo.

Debido a las condiciones climáticas, la posición fisiográfica y morfología de esta zona se han determinado un sin número de tipo de suelos. Sin embargo hay unos tipos de suelo predominantes en el área de Miramar donde se ubica el terreno:

1. “*ENTISOLES* son suelos débilmente desarrollados sobre material acarreo. Sus limitaciones son el pobre desarrollo del perfil la baja fertilidad y, a veces, el alto contenido de sales; son pobres en contenido de materia orgánica” (GEOPLADES 2011).

2. “*INCEPTISOLES* son suelos húmedos, incipientes, poco evolucionados y con cierta acumulación de materia orgánica. Su textura es uniforme. Son aptos para soportar una sucesión de cultivos con manejo adecuado. Se encuentra asociado a climas húmedos” (GEOPLADES 2011).
3. “*ALFISOLES* son suelos minerales generalmente húmedos de alta saturación básica. Tiene problemas de drenaje debido a su alto contenido arcilloso y poco material orgánico” (GEOPLADES 2011).

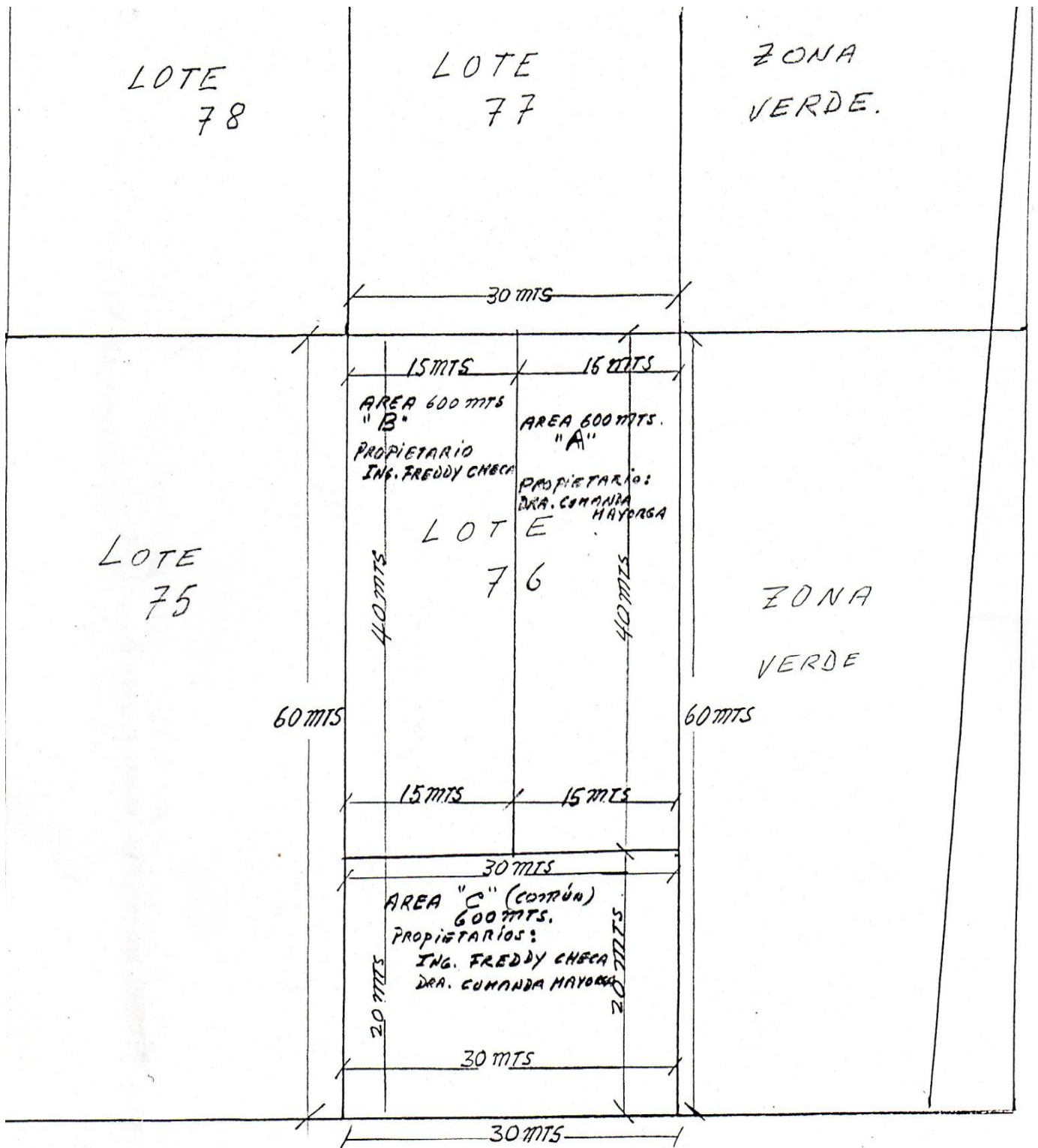


Figura 5. Terreno Tonsupa

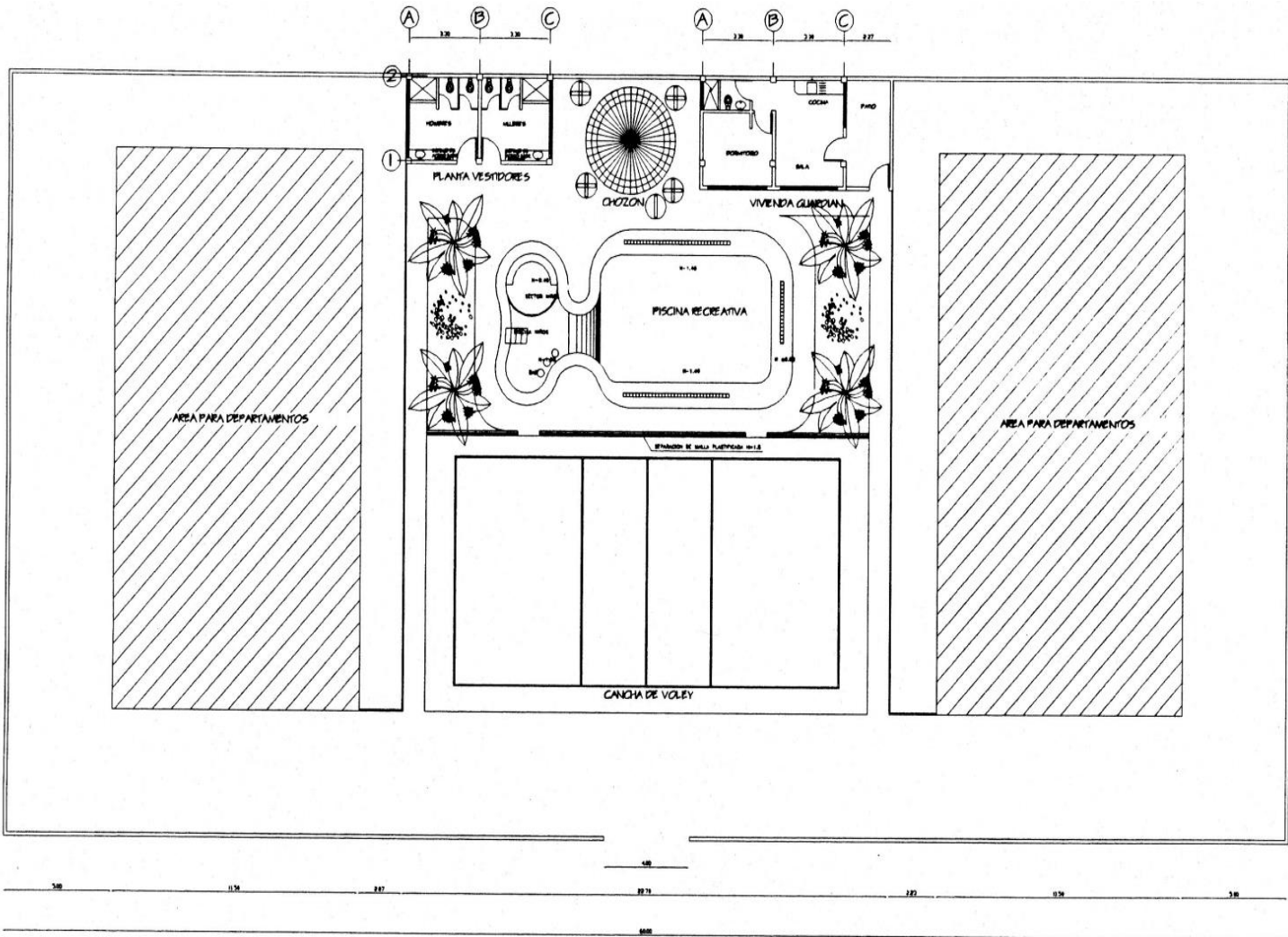


Figura 6. Terreno Tonsupa #2

Acceso y Visibilidad

Existen diferentes medios de transporte para llegar a la Parroquia de Tonsupa. La primera opción es mediante vía aérea, para la cual la aerolínea *TAME* tiene vuelos de Quito a Esmeraldas en diferentes horarios y se llega al *Aeropuerto Coronel Carlos Concha Torres* en Esmeraldas. La segunda opción es por vía terrestre por la cual las personas pueden ir en carro propio, se cuenta con las cooperativas *TransEsmeraldas*, *Transportes Occidentales*, *Aerotaxi* y *Panamericana* lo cuales cuentan con turnos en la mañana, tarde y noche para la conveniencia de los clientes, alquilar busetas, taxis y otros. La ruta más corta entre Quito y Tonsupa es de 309 kilómetros con una duración aproximada de 4 horas y 18 minutos. Existen dos vías principales por las cuales se puede llegar desde Quito hasta Tonsupa, estas son: Quito-Los Bancos-Puerto Quito-La independencia-Esmeraldas y Quito-Santo Domingo-Esmeraldas. Por proyectos del Gobierno Nacional se han realizado trabajos de asfaltado y readecuación de estos tramos para ofrecer carreteras de primera.

La visibilidad del terreno donde se desarrollaría el proyecto es muy buena. Se encuentra en la zona principal donde están los alojamientos de mayor prestigio. Para llegar se debe identificar el monumento del León de los Rotarios donde se toma el desvío a la izquierda hacia Atacames. Se sigue por esta vía aproximadamente unos 20 minutos y se gira a la derecha donde hay un letrero que dice Miramar. Se sigue por esta calle cuatro cuadras y se vira a la derecha, al final de esta cuadra se vira otra vez a la derecha y sobre el lado izquierdo está el Lote No. 76.

Servicios Básicos

El proyecto se va a desarrollar en la Parroquia de Tonsupa, por lo cual hay que tomar muy en cuenta la disponibilidad y problemas con relación a los servicios básicos.

1. La principal fuente para agua potable en la parroquia de Tonsupa es el río Esmeraldas. Este debido a varias actividades productivas ha sido afectado por desecho de sólidos, aguas servidas y residuos químicos. Esta contaminación ha causado la reproducción de varias bacterias lo que han hecho que el agua no sea apta para el consumo. La potabilización del agua no es buena por lo cual a veces se puede observar un color amarillento en la misma. La conducción del agua se realiza desde Esmeraldas por una tubería metálica la cual es por su estado obsoleto colapsa y hace que el cantón se quede sin agua. Es por esto que muchas veces toca recurrir a carros cisternas y en situaciones extremas la recolección del agua de la lluvia, pozos y río que su calidad es pésima. Debido a este factor el terreno se abastecerá de agua de tres diferentes maneras: contará con la red de agua potable de la zona, existirá una cisterna para el almacenamiento de agua y finalmente en el caso que no haya abastecimiento de agua se necesitará de un tanquero que llene la cisterna.
2. Existe un centro de salud en el cantón de Atacames, el cual proporciona atención médica general y odontológica. Los servicios de salud son preocupantes ya que no tienen mucho personal para atender emergencias y la comunidad en general no se interesa mucho en proveer un mejor servicio. Tienen un gran problema ya que hay carencia de medicamentos y equipos técnicos.
3. Con relación al alcantarillado es uno de los problemas fundamentales, en el cantón de Atacames hay insuficiencia de la capacidad de alcantarillado para el transporte y disposición de aguas residuales y lluvia. Mientras que en las parroquias este servicio es inexistente por lo cual se ha necesitado la construcción de pozos sépticos. En el terreno se cuenta con dos pozos sépticos para este tipo de inconveniente.

4. Hay varios problemas con el suministro de electricidad ya que hay inconvenientes como el retraso en el mantenimiento del sistema, demora en la ejecución de las diferentes obras que son programadas, hay limitaciones financieras por parte de la empresa que se encarga de la transmisión y no hay capacidad de cobertura. Todos estos factores hacen que en época de temporada alta de turismo haya varios apagones. Para no afectar la experiencia del cliente y prevenir este problema el hotel contará con una planta de luz, para que en el caso de un apagón los huéspedes no se vean afectados sin el uso de ciertas facilidades e instalaciones e igualmente no haya problemas internos en las áreas de producción y administración del hotel.

Actualmente en el terreno donde se va a realizar el proyecto existe:

1. Las aguas negras se dirigen por una tubería de PVC a dos pozos sépticos sellados con hormigón.
2. Existen tres medidores de luz, los cuales están designados 1 para el área comunal y 2 para las 4 casas de los dueños.
3. Existe un medidor de agua para todo el terreno

Situación Legal y Regulaciones Municipales Aplicables

El Lote No. 76 ubicado en la zona de Miramar en Esmeraldas pertenece a las siguientes personas:

Diecisiete de Agosto del año dos mil. Ante mí, El notario vigésimo Noveno del Distrito Metropolitano de Quito, Doctor Rodrigo Salgado Valdez, comparecen: Por una parte y en calidad de vendedores los cónyuges doctor Gonzalo Rubén Vargas Noriega y doña Dolores María Alarcón Rivera; y por otra parte en calidad de compradores los señores ingenieros Edwin Freddy Checa Morillo, casado con la señora Flor Bustamante Avilés, y

la doctora Cumanda Mayorga Gallegos, casada con el ingeniero Marcelo Sánchez Morillo (Notario Vigésimo Noveno 2000).

Al hacer un análisis del costo del terreno en el año 2000, se ha podido determinar que el avalúo del terreno para el año 2015 es de 180,000 dólares. Se ha estimado que el costo del terreno por metro cuadrado en la zona es aproximadamente de \$100 dólares.

Un punto muy importante para el desarrollo del proyecto es tomar en cuenta las regulaciones que existen en relación al uso de suelo en la provincia de Esmeraldas. El proyecto pertenece a la industria de la Hotelería, el cual tiene un uso de suelo urbano y urbanizable.

Según el **ART.5.-USO DEL SUELO PRINCIPAL:**

1. Suelos Urbanos: Los suelos urbanos, son aquellos que cuentan con una infraestructura básica y trazado regular de calles y los equipamientos públicos y sociales correspondientes, que han consolidado y uso y ocupación del suelo, a través de la planificación Municipal y que además para el caso de esta ordenanza son las cabeceras parroquiales de Tachina y San Mateo, con sus respectivos límites urbanos.
2. Suelos Urbanizables: Son los que cuentan con factibilidad de servicios de infraestructura básica, no constituyen áreas de riesgo por inundaciones, deslizamientos, altas pendientes o fallas geológicas. En el caso de Tachina y San Mateo son terrenos con una pendiente máxima del 5% y en el mapa 1 se delimitan entre la ribera derecha del río Esmeraldas y la cota topográfica 50 metros sobre el mar. Los terrenos ubicados en las islas LVT y Cervantes, que actualmente se ocupan con fines de vivienda informal, cuentan con servicios básicos y algún equipamiento, así como un trazado de calles establecido por el municipio en planos de lotización, los cuales son objeto de la planificación establecida en esta Ordenanza. Los terrenos

ocupados por pequeños asentamientos rurales en las parroquias Tachina y San Mateo, donde se concentran equipamientos sociales como escuela, colegio secundario, centros de salud, iglesia, cementerio, viviendas de trabajadores o campesinos, se los considera urbanizables, en un polígono de 10 hectáreas de superficie, tomando como referencia el espacio central del centro poblado que puede ser la plaza pública, la iglesia, el campo deportivo o la escuela. En los tipos de asentamientos lineales, es decir a los costados de una vía, se reconoce 100 metros a cada lado, hasta una extensión de 2000 metros. En estos pequeños asentamientos se aprueba divisiones de lotes con un mínimo de 200 metros cuadrados y un frente mínimo de 8 metros, con un uso permitido para residencial REI (Viviendas con otros usos de barrio)

La información de la Línea de fábrica sobre el Lote No 76 ubicado en una zona “A” residencial en Miramar tiene las siguientes restricciones:

- Los retiros son el frente 5 metros, el fondo 3 metros y lateral 3 metros.
- No es permitido adosamientos a ningún lado del terreno.
- El tipo de construcción debe ser aislada.
- El coeficiente de construcción en planta baja debe ser máximo del 40%, es decir, no mayor de 720 m².
- El coeficiente de utilización de suelo puede ser máximo de 240%.
- La altura máxima de construcción es de 18 metros en máximo 6 pisos.
- Con relación a servicios básicos si hay disponibilidad de agua potable y energía eléctrica, mientras que no hay disponibilidad de alcantarillado.
- El terreno no cuenta con calzada, bordillos ni aceras.
- El terreno no cuenta con un cerramiento.

- En el inmueble cruzan líneas de red eléctrica y agua potable, mientras que carecen de tuberías de desagüe y colectores de alcantarillado.

Municipalidad de Atacames
Creado el 21 de Noviembre de 1991 - R. O. 817
ATACAMES - ECUADOR

INFORME #031

Atacames, mayo 10 del 2001

Sr. ING. EDWN FREDDY CHECA MORILLO Y OTROS
LINEA DE FABRICA, para edificar * ;afectación ; otros fines
Frente:30., m Superficie del terreno ,1.800, M2
Sector Huertos Familiares Parroquia Tonsupa Clave catastral 02060210100
DATOS DE LAS VIAS

NOMBRE DE LA CALLE AVENIDA	ANCHO METROS	REFERENCIA DE LA LINEA DE FABRICA
-------------------------------	-----------------	--------------------------------------

RETIROS:

Frontal: CINCO m LI.: tres m...LD.tres. Fondo, TRES m

ADOSAMIENTOS:

	SI	NO		SI	NO
A las medianeras laterales		*	A la medianera posterior		*

ZONIFICACION:

THA 6069

C.O.S. PLANTA BAJA...40.%.
C.U.S. 240%

Tipo ...AISLADA

DE PISOS: 6

Altura máxima ...18,00 m

DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS:

	SI	NO		SI	NO
Agua Potable	*	<input type="checkbox"/>	Catada		*
Alcantarillado	<input type="checkbox"/>	*	Bordillos		*
Energía Eléctrica	*	<input type="checkbox"/>	Aceras		*

SITUACION DE LA PROPIEDAD:

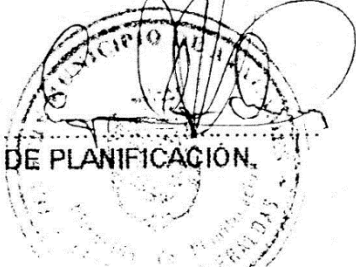
	SI	NO		SI	NO
A) Tiene cerramiento		*	En línea de Fábrica		*

B) Por el inmueble o sus inmediaciones muy cercanas cruzan líneas de:

Red eléctrica	*		Colectores de alcantarillado	*
Tuberías de desagüe		*	Agua Potable	*

INFORMES ADICIONALES :

JEFE DE PLANIFICACIÓN,



ANÁLISIS DE VECINDARIO

La Parroquia de Tonsupa es una localidad tranquila la cual es reconocida como un destino para relajarse y descansar. Aquí se pueden realizar varias actividades como ir a restaurantes, visitar el malecón y el mercado artesanal, realizar deportes acuáticos, observar las ballenas y otros. Esta es considerada como una de las zonas con mayor desarrollo urbano y turístico en la provincia de Esmeraldas. En los últimos años esta parroquia ha sufrido crecimientos radicales no solo en su población sino también en infraestructura, especialmente en el ámbito hotelero.

A pesar de no ser una ciudad desarrollada es un lugar con mucho potencial para el futuro, este posee de varias características que lo hacen un destino turístico único. Tonsupa tiene un clima privilegiado el cual fluctúa entre los 28 grados centígrados y los 36 grados centígrados. Las personas que desean visitarlo tienen diferentes medios de transporte para llegar a la parroquia y las vías para hacerlo han sido remodeladas y siguen siendo parte de proyectos para transformarse en súper autopistas. Lamentablemente en la parroquia de Tonsupa no se cuenta con servicios médicos por lo cual las personas deben trasladarse al cantón de Atacames donde hay una clínica.

La Parroquia de Tonsupa se encuentra dividida en 19 barrios urbanos y 10 recintos rurales:

Asentamientos Humanos de la Parroquia de Tonsupa	
Barrios Urbanos	Recintos Rurales
Miramar	Piedra Fina
Los albergues	Taseche Adentro
Playa ancha	Esteros del medio
Moran Valverde	San Pedro el sereno
Paz y Progreso	Chevele alto
Villarrica	Chevele bajo
Club del pacífico	San José

Guayacanes	Agua Fría
San Carlos	San Francisco
Guayacanes 2	Culiba
Coop 15 de Agosto	
Cabaplan	
Nuevo Milenio	
Playa Azul	
Canaima	
Rey David	
Primero de Diciembre	
Pueblo Nuevo	

Cuadro 14. Asentamientos humanos Parroquia de Tonsupa

La mayoría de negocios que se pueden encontrar en esta zona específica de Miramar donde se encuentra el terreno son hoteles, hosterías y varios edificios. Como hoteles más reconocidos está el Hotel Makana, Puerto Ballesta y Cabo Blanco. Mientras que los edificios más reconocidos son Playa Almendro, Torresol y Diamond Beach. Este es un territorio donde la construcción de negocios turísticos es muy alta, actualmente están en desarrollo alrededor de 10 edificios de los cuales los que tienen mayor prestigio son Fountaine Bleau, la nueva etapa de Diamond Beach, COSTARENYS, etc. Tonsupa se ha caracterizado por poseer una playa y ambiente tranquilo, sin embargo hay que tener cuidado que tanta apertura de negocios haga que las personas no se sientan cómodas por falta de espacio y demasiada cantidad de personas.

ANÁLISIS DEL ÁREA DEL MERCADO

Para el proyecto es muy importante realizar un análisis de las características socioeconómicas y demográficas más importantes de la provincia de Esmeraldas. El Hotel Boutique estaría en la parroquia de Tonsupa y es de gran importancia conocer el mercado donde vas a operar.

Según el censo realizado en el año 2010 estos fueron los resultados que se encontraron:

1. La población en la provincia de Esmeraldas es de 534.092 habitantes con un porcentaje de 50,8% de hombres y 49,2% de mujeres. La edad promedio de los habitantes es de 26 años y la mayoría son mestizos o afro ecuatorianos. Una de las principales ocupaciones de las personas es la agricultura.
2. Con relación a su estado civil el 15,3% de habitantes están casados, 37,8% unidos y 37,3% solteros. La cantidad de habitantes que están afiliados a un seguro no es muy alto, 2.315 habitantes están afiliados al IESS de manera voluntaria, 31.871 tienen el seguro general del IESS y 10.678 tienen el seguro campesino del IESS.
3. La estructura de la población económicamente activa es la siguiente, existen 198.417 mujeres y 203.596 habitantes que están en la edad de trabajar, hay 67.982 mujeres y 135.472 hombres que son económicamente activos y 130.435 mujeres y 68.124 hombres que no trabajan.
4. La mayoría de habitantes trabajan en lo siguiente: 25,6% por cuenta propia, 19,7% empleado privado, 18,4% jornalero o peón, 13,9% empleado del estado, 10,7% no declarado, 4,3% empleado doméstico, 3,5% patrono, 2,5% no remunerado y 1,4% socio.
5. Con relación a las características de educación se sabe que la tasa de asistencia neta en el sistema educativo vigente es de 69,7 para las personas entre 15 y 17 años de edad y 90,7 para las personas entre 5 y 14 años de edad. La tasa de analfabetismo durante el 2010 fue de 9,8 y el promedio de años de escolaridad de los habitantes fue de 8,6.
6. Con relación a la tenencia de vivienda en Esmeraldas se sabe que 49,6% de los hogares son propios y pagados, 16,4% son arrendados, 15,5% son prestadas o

- cedidas, 8,9% donada o heredada, 5,8% propia y la está pagando, 3,8% por servicios y 0,3% anticresis.
7. Con relación a la disponibilidad de combustible para cocinar los hogares en Esmeraldas el 92,3% usan gas, 5,7% leña o carbón, 1,8% no cocina y el 0,2% electricidad.
 8. Con relación a las tecnologías de información y comunicación alrededor de 90.042 habitantes poseen un celular, 18.276 tienen una computadora, 10.503 usan internet y 24.193 tienen televisión con cable.
 9. El total de viviendas que existe en la provincia de Esmeraldas son 159.411 de las cuales 70,3% son casa/villas, 14,1% ranchos, 6,1% departamentos, 3,7% mediagua, 2,7% cuarto, 1,5% covacha, 0,9% choza y 0,7% otra vivienda en particular.
 10. Con relación a los servicios básicos en esmeraldas 110.920 habitantes tienen servicio electrónico, 29. 270 servicio telefónico, 73.007 abastecimiento de agua de red pública, 88.884 eliminan la basura a través de carro recolector y 39. 606 tienen red pública de alcantarillado.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

La descripción de la oferta es de vital importancia para la industria hotelera. El objetivo del análisis es poder medir la cantidad de bienes o servicios que la economía pone a disposición del mercado que en este caso sería en la parroquia de Tonsupa. Para esta investigación es muy importante primero identificar la competencia primaria para el negocio. Este tipo de competencia es aquella que atrae al mismo tipo de clientes y que sus propiedades son similares en las instalaciones, clase e imagen ofrecidas.

Es necesario mencionar que en este caso no existe en Tonsupa un Hotel Boutique con tema de *relax* y *spa* a precios competitivos. Sin embargo, hay servicios de alojamientos que podrían ser sustitutos del proyecto y es necesario mencionarlos.

Hotel Puerto Ballesta

El Hotel Puerto Ballesta apareció en el mercado alrededor de 20 años atrás y su representante es Ledesma Gonzáles Manuel. Este está dirigido a dos segmentos de mercado que son familias que viajan por turismo y también se han concentrado en ofrecer su servicio a ejecutivos que están en la zona. Su nombre proviene por una historia curiosa ya que durante la excavación para construir el proyecto se encontraron restos del pez Ballesta, lo cual fue muy extraño ya que el mismo solo se encuentra en las costas europeas. Este se encuentra ubicado en la zona de Miramar en la parroquia de Tonsupa. En sus instalaciones hay 26 habitaciones con una capacidad para 152 personas. Se lo ha denominado como un hotel de 3 estrellas el cual ofrece un servicio con una calificación promedio de 8/10.

Este tiene una buena ubicación hacia la playa de Tonsupa ofreciendo una playa privada para sus clientes. El hotel también tiene una distancia conveniente con relación a Esmeraldas de 30 kilómetros y situado a 3 kilómetros de la terminal de buses. Para ofrecer al cliente una experiencia con la naturaleza tienen a su alrededor un jardín extenso y la incorporación de flora en todas sus instalaciones.

Con relación a alimentos y bebidas tienen un restaurante el cual ofrece un desayuno continental y una variedad de platos internacionales a la carta. En su espacio público ellos ofrecen una piscina, hidromasaje y baño de vapor. Ofrecen amplios espacios verdes donde hay juegos infantiles, cancha de fútbol y vóley. Se han preocupado por tener un gran equipo de limpieza y seguridad para que estos espacios estén impecables todo el tiempo. Algo muy importante que ofrece este hotel es la realización de todo tipo de eventos, ofrecen normalmente

sus áreas verdes las cuales tienen grandes paisajes para matrimonios y una sala de convenciones para capacitaciones, seminarios, entre otros.

Existen tres tipos de habitaciones que se ofrecen en el hotel que son de dobles donde el máximo es dos personas, las triples donde el máximo es 4 personas y las familiares donde el máximo es 4 personas. Las primeras y segundas tienen un precio promedio de \$143 dólares por habitación, mientras que las terceras son algo más costosas con un promedio de \$179 dólares por habitación. Todas las habitaciones tienen WiFi gratuito, un balcón con vista al mar, ventilador, televisión satélite, aire acondicionado, pequeña nevera, teléfono, mini bar, menaje para té o café, ducha, complementos de baño y otros.

Como datos adicionales del hotel es importante mencionar que llevan una política donde es prohibido fumar, tienen un servicio regular de transporte para los clientes desde y hacia el aeropuerto, su servicio de recepción es de 24 horas donde ofrecen guardar el equipaje o una caja fuerte, tienen un servicio de lavandería y finalmente un área de parqueadero gratuita.

Finalmente con relación a pagos el check-in para las habitaciones es a partir de las 12 del día y el check-out igualmente a la misma hora. En este lugar se puede pagar con efectivo y también con tarjetas de crédito.

Hostería Cabo Blanco

La Hostería Cabo Blanco es una propiedad que tiene un estilo mediterráneo y se encuentra a tan solo 50 metros de la playa. Su principal target de mercado son las familias que están en la zona por razones turísticas y de ocio. Este lugar tiene como representante a Rodríguez Danilo y se encuentra ubicado en la zona de Miramar en la parroquia de Tonsupa. Se ofrecen 29 habitaciones las cuales tienen una capacidad para 148 personas. Todas sus habitaciones cuentan con aire acondicionado, televisión vía satélite, baño privado con ducha y ventilador.

Con relación a su servicio de alimentos y bebidas hay un restaurante en el cual se centran en servir una gran variedad de frutas tropicales y exquisitos mariscos de la zona. Hay una pequeña área donde los clientes pueden tener un coffee break, ofrecen una facilidad como room-service y tienen una sala con una capacidad máxima de 80 personas para realizar todo tipo de eventos. En sus facilidades ofrecen una piscina para niños y adultos, servicio de lavandería, parqueadero privado, recepción y seguridad de 24 horas y un bar.

En esta hostería se ofrecen 6 tipos de habitaciones que son: simple, doble, triple, cuádruple, quíntuple y séxtuple. Las mismas tienen diferentes tarifas durante temporada baja y alta. La habitación simple está en un promedio de \$22,40 dólares, la doble esta entre \$40.32 y \$56.00 dólares, la triple esta entre \$57.12 y \$67.20 dólares, la cuádruple esta entre \$71.68 y \$85.12, la quíntuple esta entre \$84.00 y \$106.40 y finalmente la séxtuple esta entre \$94.08 y \$127.68 dólares. Es importante mencionar que en estas tarifas está incluido el desayuno y los impuestos. En la hostería también ofrecen tarifas especiales para grupos en las cuales solo el alojamiento cuesta \$14.56 dólares por persona, alojamiento y desayuno \$17.92 dólares, alojamiento con desayuno y cena \$24.54 dólares y alojamiento con desayuno, almuerzo y cena en \$31.36 dólares.

Con relación a las condiciones de la hostería el check-in es a las 2 de la tarde y el check-out es a las 12 de la mañana. En este lugar te dan la opción de pagar de tres diferentes maneras con efectivo, tarjeta de crédito y depósitos en una cuenta del Banco Pichincha.

Makana Resort

Makana Resort está situado en la parroquia de Tonsupa alrededor de 5 kilómetros de distancia de Diamond Beach y a 55 kilómetros de distancia del aeropuerto General Rivadeneira. El hotel pertenece a la cadena GHL y se considera que su calificación promedio por sus instalaciones y servicios es de 8/10. Este lugar ofrece un área de playa privada y con relación a alimentos y bebidas tienen un restaurante con platos a la carta. También cuenta con

conexión Wi-Fi gratuita en las áreas comunes y aire acondicionado al igual que una piscina al aire libre y un centro de fitness. Makana Resort ofrece una recepción con atención de 24 horas, spa, tiendas, salón de reuniones y salones comunes, servicio de lavandería y planchado a un precio extra. Dispone de 31 suites todos con vista al mar y terraza para la comodidad del huésped. Los departamentos cuentan con televisión, cocinas completas, baños privados con ducha o bañera, aire acondicionado, mini bar, entre otros. Ofrece una maravillosa vista al mar y la ciudad desde todas las habitaciones.

Para este proyecto también es muy importante identificar los negocios que representan la competencia secundaria. Esta puede ser la que atrae al mismo tipo de huésped pero de una manera especial o aquel que tiene una ubicación similar pero difiere en características de clase e imagen. En este caso los edificios con departamentos serían una competencia siempre y cuando alguien alquile sus departamentos a otras personas. También se debe tomar en cuenta que en la zona hay alrededor de 8 proyectos en construcción de los cuales se han identificado la nueva etapa de Diamond Beach, Fontaine Bleau y COSTARENYS.

Diamond Beach

Diamond Beach es un gran edificio que cuenta con departamentos y facilidades de lujo. Este comenzó a operar en el 2011 en la parroquia de Tonsupa. Teniendo como fin departamentos con acabados de lujo frente al mar, contando con 4 torres de 17 pisos cada una. En su área pública cuenta con 9 piscinas, 7 hidromasajes tipo crucero, 2 canchas de tenis iluminadas, 3 canchas de vóley, gimnasio y SPA. Con relación a alimentos y bebidas ofrece un restaurante, un bar-Discoteca y recientemente la apertura del restaurante NOE. Uno de sus targets fuertes son todos los visitantes de la ciudad de Quito, Guayaquil y la mayoría de sus huéspedes se hospedan en feriados largos 3 a 5 noches.

Diamond Beach, se encuentra en un terreno grande situado en las calles Av. El Pacifico, Sector Club del Pacifico. Ofrece varios servicios sin tener la necesidad de salir y con el objetivo

que las personas se sientan como en casa. Los tipos de alojamiento que se pueden encontrar en este edificio son: Pent-house triple, apartamentos tipo A de 3 dormitorios de 110m² y de tipo B de 2 dormitorios, entre 96m² y 102 m².

Torresol

Torresol está ubicado en la parroquia de Tonsupa y fue construido en el año 2005. Este se encuentra ubicado a 10 minutos de Esmeraldas y cuenta con dos torres unidas por ascensores que tiene en el medio. Esta cuenta con dos subsuelos, planta baja y 10 plantas altas. En cada uno de los pisos hay 6 departamentos y en el ultimo el pent-house con estructura de hormigón. Con relación a las facilidades públicas cuenta con una amplia piscina, lobby de recepción y playa. Cuentan con habitaciones privadas, con ambientes de balcón teniendo una vista espectacular a la hermosa playa que está al frente, cocina, y comedor. También disponen de amplias televisiones de pantalla planta con DIRECTV, cocina tipo americano, aire acondicionado en todos los ambientes, refrigerador, estufa y más.

Con relación al área pública disponen de canchas deportivas para las personas que practican este deporte de vóley y futbol. Guardianía permanentemente para la seguridad de los huéspedes, también con amplios parqueaderos para la seguridad del huésped cuando deje su auto. También posee una planta de abastecimiento propio en caso de falta de agua. Hay también el servicio de comida en la planta baja un restaurante para la comodidad de los huéspedes.

Con información obtenida en el Ministerio de Turismo del Ecuador se ha podido recopilar ciertos datos turísticos de la provincia de Esmeraldas. Como podemos observar en el cuadro no existen hoteles de lujo en Esmeraldas y es muy importante mencionar que no hay ningún hotel catalogado como Boutique en la parroquia de Tonsupa. Por lo cual, el proyecto no tiene ningún establecimiento con las mismas características ni concepto. El Hotel Boutique tendrá la oportunidad de entrar al mercado con una idea diferente y atractiva.

Cantón	Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta	Total
Atacames	-	27	135	66	-	228
Eloy Alfaro	-		11	12	-	23
Esmeraldas	-	11	31	15	-	57
Muisne	-	3	7	8	-	18
Quininde	-		6	6	-	12
Rio Verde	-	1	1	3	-	5
San Lorenzo	-	4	5	8	-	17
Total general	-	46	196	118	-	360

Cuadro 15. Hoteles en Esmeraldas

Según datos teóricos de Hotelería se considera que un Hotel debería tener un porcentaje de ocupación mínimo del 65%, sin embargo este porcentaje se logra alcanzar en la capital del país pero no en una parroquia como Tonsupa. Como podemos observar en los cuadros de Turismo Receptor presentados el porcentaje de ocupación en Atacames durante los meses de Septiembre hasta Diciembre fluctuó entre el 23% y el 41%. Mientras que en los dos primeros meses del año 2015 estuvo entre el 31% y el 41%. También se debe tomar en cuenta que el ADR más alto durante estos meses es de \$71 dólares y el REVPAR de \$26 dólares.

Al observar estos datos se debe tomar en cuenta que durante temporada baja el Hotel Boutique debe aplicar varias estrategias para conseguir el mayor número de huéspedes posibles. Este proyecto tiene como objetivo atraer clientes nacionales y extranjeros, de esta manera se quiere lograr que los ecuatorianos no solo visiten la playa de Tonsupa en feriados sino que lo tomen en cuenta como un centro de vacación durante todo el año. Mientras que para los clientes extranjeros se debe realizar alianzas con medios de transporte, agencias, páginas web y otros para llamar su atención.

TURISMO RECEPTOR ATACAMES 2014			
	% Ocupación	REVPAR	ADR
Septiembre	23%	\$12	\$52
Octubre	31%	\$17	\$54
Noviembre	41%	\$21	\$52
Diciembre	28%	\$20	\$71

Cuadro 16. Turismo Receptor Atacames

TURISMO RECEPTOR ATACAMES 2015			
	% Ocupación	REVPAR	ADR
Enero	31%	\$18	\$60
Febrero	43%	\$26	\$62

Cuadro 17. Turismo Receptor 2015

A primera vista los cuadros presentados pueden sugerir un escenario desalentador, sin embargo se deben tomar en cuenta todos los puntos positivos que tiene la parroquia de Tonsupa y este proyecto hotelero. El Hotel Boutique tiene un concepto diferente que no se ofrece en la zona, por lo cual los clientes pueden estar atraídos no solo por la playa sino por los servicios del hotel. Normalmente se tiene el concepto que un Hotel Boutique se maneja con tarifas bastante altas y que está destinado a la clase social alta, sin embargo con este proyecto los clientes potenciales tienen a su alcance la experiencia de un hotel temático a precios competitivos. Con el objetivo de obtener el mayor porcentaje de utilidad por habitación es muy importante mantener los costos del mismo en su mínimo. Esto se puede lograr con la compra de suministros a precios más convenientes sin afectar la experiencia del cliente. En los últimos años esta playa ha sido el centro de inversión de \$150 millones de dólares y es considerada como una de las playas más visitadas en el país. Tonsupa es la playa con mayor cercanía de la capital, personas extranjeras como las de Colombia visitan esta playa ya que es menos costoso que trasladarse a sus propias playas, para llegar a Tonsupa se cuenta con carreteras en muy buen estado y tiene un clima privilegiado durante todo el año. Finalmente durante temporada alta el Hotel Boutique puede aprovechar incrementando sus tarifas de habitaciones, alimentos y bebidas en un 15%, ya que en estas fechas la oferta hotelera de la parroquia no llega a cubrir la demanda.

Para este proyecto de Hotel Boutique con el tema de *relax* se han establecido tres escenarios en los cuales en el optimista existirá un porcentaje de ocupación del 68%, en el real un porcentaje de ocupación del 40% y el pesimista con un porcentaje de ocupación del 20%.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

En el caso de este proyecto es esencial el análisis de la demanda para determinar la factibilidad del mismo. Se deben identificar cuáles son los generados de demanda de la zona y tener un conocimiento de las razones por las cuales se busca el servicio de alojamiento y las características que se espera del mismo.

Con el objetivo de determinar la viabilidad del proyecto se utilizará la técnica de “Lodging activity build-up approach”, para cuantificar la demanda existente de los competidores primarios. Se seguirán los siguientes pasos para el proceso:

1. Primero se ha determinado que el total de habitaciones entre los tres hoteles que conforman la competencia primaria para el proyecto son 86 habitaciones. El Hotel Boutique como se mencionó previamente tiene 32 habitaciones las cuales están divididas en tres tipos.
2. Se ha determinado que el ADR promedio del hotel Puerto Ballesta es de \$161 dólares, de Cabo Blanco \$73.81 dólares y Makana Resort de \$153 dólares. Con estos datos se puede determinar que los precios del Hotel Boutique si son competitivos en relación a los otros hoteles, ya que se ofrecen tres tarifas de \$80, \$150 y \$240 dólares. Se debe tomar en cuenta que el Hotel Boutique tiene un concepto y facilidades atractivas, por lo cual es muy posible que los clientes se vean atraídos por esta nueva propuesta.
3. El %OCC que se utilizará para el análisis es el de un escenario real en el cual se estimó que sea del 40%. El OCC% del hotel Puerto Ballesta al año es del 43%, por lo cual se debe multiplicar el # de cuartos por el OCC% y 365 días al año. Lo cual nos da un resultado de 4081 room-nights al año.

El OCC% del hotel Cabo Blanco al año es del 41%, por lo cual se debe multiplicar el # de cuartos por el %OCC y 365 días al año. Lo cual nos da un resultado de 4340 room-nights al año.

El OCC% de Makana Resort al año es del 46%, por lo cual se debe multiplicar el # de cuartos por el %OCC y 365 días al año. Lo cual nos da un resultado de 5205 room-nights al año.

4. El total de room-nights por año entre los tres hoteles es de 13625.
5. El %OCC total se calcula utilizando el total de room-night al año dividido para el # total de habitaciones por 365 días al año. El cálculo determina un %OCC total del 43.41%.
6. El Market Share del hotel Puerto Ballesta se ha calculado mediante la división del # de room-nights al año y el #total de room-nights al año. El cálculo tiene un resultado de 29.95%.

El Market Share del hotel Cabo Blanco se ha calculado mediante la división del # de room-nights al año y el #total de room-nights al año. El cálculo tiene un resultado de 31.85%.

El Market Share Makana Resort se ha calculado mediante la división del # de room-nights al año y el #total de room-nights al año. El cálculo tiene un resultado de 38.20%.

7. El ADR total se calcula mediante la suma de la multiplicación del Market Share por el ADR de cada uno de los hoteles. El resultado obtenido fue de \$130.17 dólares.
8. El Fair Share del hotel Puerto Ballesta se ha calculado mediante la división del # de habitaciones para el total de habitaciones. El cálculo tiene un resultado de 30.23%.

El Fair Share del hotel Cabo Blanco se ha calculado mediante la división del # de habitaciones para el total de habitaciones. El cálculo tiene un resultado de 33.72%.

El Fair Share de Makana Resort se ha calculado mediante la división del # de habitaciones para el total de habitaciones. El cálculo tiene un resultado de 36.05%.

9. El Índice de Penetración para el hotel Puerto Ballesta se ha calculado mediante la división de su Market Share para su Fair Share con un resultado de 0.99.

El Índice de Penetración para el hotel Puerto Ballesta se ha calculado mediante la división de su Market Share para su Fair Share con un resultado de 0.94.

El Índice de Penetración para el hotel Puerto Ballesta se ha calculado mediante la división de su Market Share para su Fair Share con un resultado de 1.06.

10. Cuando el Índice de Penetración es mayor a 1 significa que el hotel tiene una buena posición competitiva. Por lo cual se puede determinar que la mayor competencia es Makana Resort, sin embargo el resultado de los otros dos hoteles está extremadamente cerca al 1.

11. La Demanda Latente Total es aquella demanda potencial en el mercado que por diferentes razones no está siendo acomodada por la oferta. Esta se compone de dos elementos que son la Demanda no acomodada y la Demanda inducida. Para el análisis se ha determinado que el porcentaje de demanda no acomodada es del 10%. Para este dato se debe tomar en cuenta que en la parroquia de Tonsupa durante feriados y temporada alta la demanda duplica la cantidad de habitaciones ofrecidas. La demanda inducida será del 5%, ya que con el nuevo proyecto se quiere atraer a los ecuatorianos para que piensen en la playa de Tonsupa como un centro de vacación durante todo el año y se quiere atraer a

clientes extranjeros mediante diferentes medios de comunicación para que Tonsupa se convierta en una de sus opciones principales el momento de visitar el Ecuador. Con este nuevo proyecto se ofrecen servicios atractivos y seguros en la zona. La suma de los dos tipos de demanda mencionados previamente nos da una demanda latente total del 15%, lo cual nos da un total de 2044 room-nights al año.

12. Es imprescindible calcular la Demanda Latente Acomodable para determinar la porción de la demanda que puede llegar a ser absorbida en el futuro por el nuevo proyecto. Para este análisis se ha determinado que los competidores más fuertes para el proyecto en el área de Miramar son Puerto Ballesta, Cabo Blanco y Makana Resort. Se debe tomar en cuenta que la parroquia de Tonsupa es un centro de inversiones actualmente, de las cuales las más reconocidas son: la nueva etapa de Diamond Beach, Fontaine Bleau y COSTANERYS. A pesar, que estas construcciones son departamentos y no se los considera competencia directa hay que tomarlos en cuenta. Se ha determinado que el Hotel Boutique tiene 32 habitaciones divididas en tres diferentes tipos y un %OCC del 40% en un escenario real. El resultado del proyecto son 4672 room-nights por año.
13. Para calcular la Demanda Total Usable se ha sumado la demanda inicial de 13625 room-nights al año más la demanda latente total de 2044 room-nights. Lo que da un total de 15669 room-nights al año.
14. La oferta total de habitaciones y total de room-nights se calcula mediante la suma de 86 habitaciones de la competencia más 32 habitaciones del nuevo proyecto que da un total de 118 habitaciones y esto multiplicado por 365 días al año da un total de 43070 room-nights al año.

15. Finalmente el %OCC total proyectado para el área es del 36.38%, el cual fue calculado mediante la división de la demanda total usable para la oferta total de room-nights.

ANÁLISIS DE MERCADO PARA EL HOTEL BOUTIQUE							
Hotel	# Hab	Fair Share	Market Share	ADR	OCC %	Total	PI
Puerto Ballesta	26	30.23%	29.95%	161	43%	4081	0.99
Cabo Blanco	29	33.72%	31.85%	73.81	41%	4340	0.94
Makana	31	36.05%	38.20%	153	46%	5205	1.06
Total	86	100.00%	100.00%	130.17	43.41%	13625	1

Demanda Latente Acomodable	
Nuevo hotel:	
Num. Habitaciones	32
Porcentaje Ocup	40%
Demanda Latente Acomodable	4,672

Demanda Total Usable	
Demanda inicial	13,625
Demanda Latente Total	2,044
Demanda Total Usable	15,669

Oferta total de Habitaciones y Noches Habitación	
Habitaciones Inicial	86
Nuevas Habitaciones	32
Nueva oferta total	118
Noches habitacion	43,070

Demanda Latente Total	
Demanda No Acomodada	10%
Demanda Inducida	5.0%
Demanda Latente Total	15.0%
Demanda Latente Total RN	2,044

Porcentaje de Ocupacion Total Proyectado para el Area	
Demanda Total Usable	15,669
Oferta total de Noches Habitación	43,070
Ocupacion Total Proyecto	36.38%

Cuadro 18. Lodging Activity Build-up approach

Mediante información provista por el Ministerio de Turismo de Ecuador se ha logrado conseguir datos sobre la demanda interna y externa turística en el país. Con este cuadro

podemos tomar datos muy relevantes para el hotel, como por ejemplo el número de personas por viaje de 3 a 4 por lo cual se van a ofrecer 3 tipos de habitaciones donde mínimo entren 2. Para la rentabilidad del proyecto es positivo saber que el promedio de noches de estadía es de 5 que no es muy bajo. El tipo de marketing que se maneje en este negocio debe tomar en cuenta que se debe atraer a las personas especialmente en feriados y fin de semana. El concepto de *no-frills-chic* se dirige especialmente para el turismo interno donde las personas si toman en cuenta precios convenientes. Hay que considerar que el 43,49% de las personas viajan en auto propio, por lo cual en el proyecto se va a ofrecer al menos 1 parqueadero por habitación. Se debe tomar en cuenta que el 48.34% de personas llegan a la terminal de buses y se podría ofrecer el servicio continuo de transporte. Finalmente es muy positivo para el proyecto que el 32% de las personas decidan viajar por razones de recreo y ocio, ya que el concepto es exactamente ofrecer a las personas un tiempo de relajación y olvidarse del día a día.

BOLETIN DE TURISMO INTERNO	
Número de viajes al año por familia	2 a 3
Número de personas por viaje	3 a 4
Fechas de viajes	Entre semana 18%
	Feriados 32%
	Fin de semana 50%
Noches de estadía (estadía media de 5 noches)	0 noches 35%
	1 noche 22%
	2 noches 23%
	3 noches 10%
	> 3 noches 10%
Gasto por persona	0 noches \$10.30-\$19.80
	1 noche \$16.60-\$29.80
	2 noches \$25.00-\$42.90
	3 noches \$40.00-\$69.50
	>3 noches \$63.3-\$95.70
Medio de transporte	Avión 0.66%

	Otros 7.50%
	Auto propio 43.49%
	Bus 48.34%
Motivos de viaje	Visita y familia 47%
	Recreo y ocio 32%
	Otros 16%
	Religión 5%
Destino de viaje	Guayas 22%
	Manabí 15%
	Azuay 14%
	Pichincha 5%
	Resto del país 43%

Cuadro 19. Boletín Turismo Interno

La demanda de Atacames la constituyen centros emisores como Quito principalmente y las ciudades andinas como Ambato, Riobamba, Latacunga, y otras. Según la Dirección de Turismo de Manabí, la visitación de Atacames podría ser estimada en 600.000 turistas al año. Su segmentación de demanda está conformada por un público mayoritariamente juvenil, que seleccionan este destino como el sitio predilecto para visitarlo a inicios de temporada de vacaciones en los meses de junio, julio y agosto (Reck 2006).

Con el siguiente cuadro podemos analizar información muy importante sobre las llegadas extranjeras al país. Esto es de gran importancia al hotel porque con estos datos se determina la condición del turismo en el país para saber si esta ha incrementado o disminuido. También se pueden identificar los principales países que visitan el Ecuador y durante que épocas del año.

Fuente: Anuario de entradas y salidas internacionales, INEC.

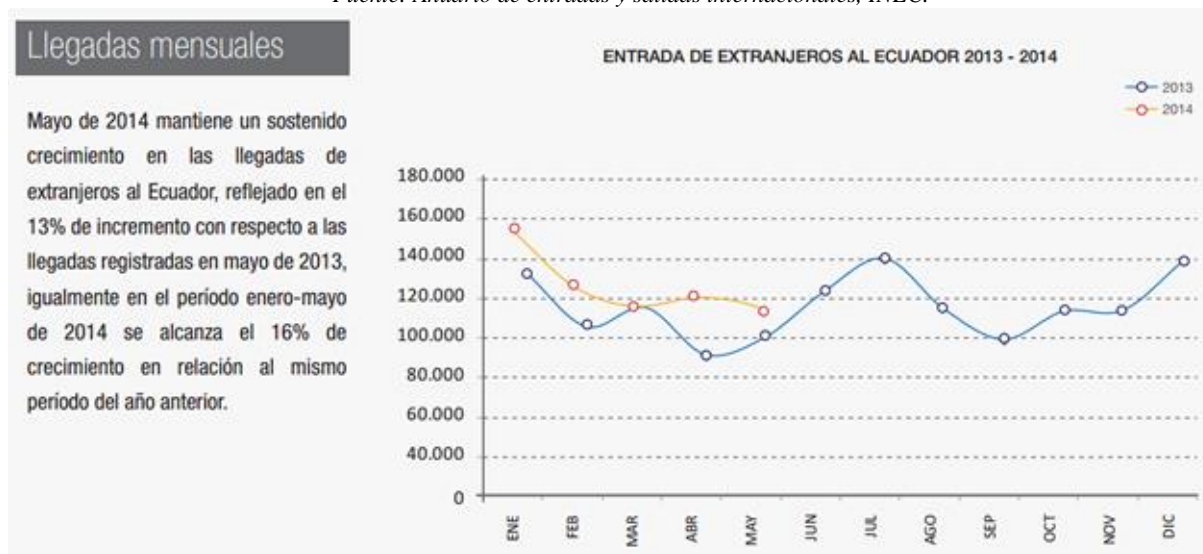


Figura 7. Entrada de extranjeros al Ecuador

Los principales mercados turísticos del país son Colombia con el 36% que equivalen a 54.467 personas, Estados Unidos con el 13% que equivalen a 19.262 personas y Perú con el 10% que equivalen a 15.570 personas. Hay que tener en cuenta que para las estrategias de marketing los meses más fuertes son enero, junio, julio y agosto.

ENTRADA DE EXTRANJEROS A ECUADOR					
	2009	2010	2011	2012	2013
África	3.113	3.051	2.352	2.557	4.531
Americas	734.527	810.281	885.383	996.023	1,085.737
El Caribe	31.428	31.958	29.897	28.049	42.749
Asia	29.472	31.172	41.317	49.254	44.383
Europa	197.543	198.115	207.215	218.375	217.550
Oriente Medio	626	696	575	916	1217

Cuadro 20. Entrada de Extranjeros al Ecuador por países

Debido a que el proyecto se dirige a un target de mercado de personas entre 25 a 55 años se obtuvo información sobre la cantidad de extranjeros que visitan el país según su rango de edad. Es importante mencionar que durante el 2013 7.140 extranjeros arribaron a Esmeraldas por medio aéreo y 474 arribaron por medio marítimo.

ENTRADA DE EXTRANJEROS SEGÚN EDAD A ECUADOR					
	2009	2010	2011	2012	2013
20-29 años	194.535	209.198	227.894	254.66	275.022
30-39 años	202.914	225.727	245.475	270.711	298.628

40-49 años	179.853	195.015	212.891	235.296	246.238
50-59 años	142.027	154.298	170.246	189.669	200.95

Cuadro 21. Entrada de extranjeros al Ecuador según edad

ANÁLISIS FINANCIERO HOTEL BOUTIQUE

INVERSION TOTAL DEL PROYECTO	
Inversión	\$ (2,611,501.82)
INGRESOS POR VENTAS DEPARTAMENTALES	
Habitaciones	\$ 589,840.00
Alimentos y Bebidas	\$ 840,138.75
Telecomunicaciones	\$ 47,450.00
Spa	\$ 83,037.50
Jet Ski	\$ 213,525.00
Lavandería	\$ 56,940.00
TOTAL INGRESOS DEPARTAMENTALES	\$ 1,830,931.25
COSTOS DEPARTAMENTALES	
Costos Suministros Habitaciones	\$ 56,671.36
Costos Limpieza Habitaciones	\$ 3,877.76
Costos de Alimentos y Bebidas	\$ 239,969.25
Costos de Spa	\$ 26,572.00
Costos de Internet	\$ 4,320.00
Costos de Limpieza Hotel	\$ 24,841.70
TOTAL COSTOS DEPARTAMENTALES	\$ 356,252.07
GASTOS OPERACIONALES	
Sueldos y Salarios Administrativos	\$ 80,692.14
Sueldos y Salarios Operativos	\$ 187,173.25
Honorarios Profesionales	\$ 55,000.00
Suministros de Oficina	\$ 3,600.00
Publicidad y Mercadeo	\$ 18,800.00
Mantenimiento	\$ 16,800.00
Utilities (Agua-Luz-Teléfono)	\$ 13,440.00
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$ 375,505.39
UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL	\$ 1,099,173.79
CARGOS FIJOS	
Seguros a la propiedad	\$ 27,463.97
Impuesto Predial	\$ 18,309.31
Gastos Financieros	\$ 171,138.91
Gasto Amortización	\$ 2,000.00
Gasto Depreciación	121,023.58
TOTAL DE CARGOS FIJOS	\$ 339,935.78
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES	\$ 759,238.02
15% Participación Empleados	\$ 113,885.70
25% Impuesto a la Renta	\$ 189,809.50
UTILIDAD NETA	\$ 455,542.81

Cuadro 22. Análisis Financiero

Costos de Construcción

Para realizar este proyecto el primer paso es tomar en cuenta la infraestructura existente en el terreno, con el objetivo de derrocarla para tener otra distribución y diseño para el Hotel Boutique. Actualmente existen 4 casas con una extensión de 146 metros cuadrados, los cuales están divididos en parqueadero, planta baja y planta alta. En otra área del terreno está una

vivienda para el cuidador con una extensión de 66 metros cuadrados y al lado un área de baños y vestidores con una misma extensión. En el área pública hay una cancha de vóley, una piscina y un jacuzzi los cuales serán remodeladas con el nuevo concepto. Con información obtenida por ingenieros civiles de la ciudad de Quito se ha determinado que el costo de derrocamiento es de \$15 por m², \$5 por m² de remoción y limpieza y \$10 por m² para la preparación del terreno. Se ha obtenido un subtotal de \$32,320.00 para este primer paso.

Se debe tomar en cuenta que en los costos de construcción por m² están incluidos los rubros de: planos arquitectónicos, estructurales, sanitarios y eléctricos, construcción de obra gris, acabados, permisos y trámites de aprobación de planos y permisos de habitabilidad por parte del Municipio. El terreno para el Hotel Boutique tiene una extensión de 1800 m², se han establecido costos para las diferentes áreas según sus necesidades y diseños. Se ha obtenido un total de \$1, 955,937.40 por los costos de toda la construcción.

COSTOS DE CONSTRUCCION				
Descripción	Cantidad	Unidad	Costo m2	Total
Terreno (propio)	1800	m2	-	-
Derrocamiento construcción existente	716	m2	15	10740
Remoción y limpieza de escombros	716	m2	5	3580
Preparación del terreno	1800	m2	10	18000
			SUBTOTAL	\$ 32,320.00
Costos de Construcción	Cantidad	Unidad	Costo m2	Total
Nivel -3.50				
Subsuelo	419.36	m2	300.00	\$ 125,808.00
Nivel 0.00				
Planta Baja	708.22	m2	600.00	\$ 424,932.00
Nivel 6.40				
Primer Piso	762.93	m2	600.00	\$ 457,758.00
Nivel 9.60				
Segundo Piso	623.47	m2	600.00	\$ 374,082.00
Nivel 12.18				
Tercer Piso	336.99	m2	600.00	\$ 202,194.00
Terraza Bloque Delantero	279.23	m2	200.00	\$ 55,846.00
Nivel 16.00				
Cuarto Piso	220.66	m2	600.00	\$ 132,396.00
Terraza Asoleamiento, tapagrada bloque delantero	135.97	m2	200.00	\$ 27,194.00
Cisterna	34.5	m3	150.00	\$ 5,175.00
Area Humeda	300.98	m2	200.00	\$ 60,196.00
Remodelación piscina	164.00	m2	40.00	\$ 6,560.00
Parqueadero	359.06	m2	40.00	\$ 14,362.40
Cerramiento	180	m	170.00	\$ 30,600.00
Areas verdes	162.85	m2	40.00	\$ 6,514.00
			SUBTOTAL	\$ 1,923,617.40
			TOTAL	\$ 1,955,937.40

Cuadro 23. Costos de Construcción

Costos de Habitaciones

El análisis de costos de Habitaciones es esencial para el proyecto, este es uno de los departamentos operacionales más importantes para la rentabilidad del hotel. Para este Hotel Boutique se ha distribuido el área del terreno en tres tipos de habitaciones: Hab. TIPO A con una extensión de 25 metros cuadrados, Hab. TIPO B con una extensión de 30 metros cuadrados y finalmente las Suite. TIPO C con una extensión de 65 metros cuadrados. La capacidad máxima de las TIPO A es de 2 personas, la de TIPO B 4 personas y la TIPO C 8 personas. En el hotel existen 16 habitaciones de TIPO A, 12 habitaciones de TIPO B y 4 suites TIPO C. Es muy importante mencionar que para la comodidad y conveniencia de los huéspedes todas las habitaciones están interconectadas para que puedan hacer una combinación de las mismas. Para mantener control de los costos se ha incorporado al hotel un concepto muy interesante que fue mencionado previamente *No-Frills-Chic*, con el cual se quiere obtener equipos y productos a precios convenientes sin que afectar la experiencia del cliente. El cálculo de costos se ha dividido en tres partes: costos de suministros, costos de limpieza y costos de equipamiento.

Costos de Suministros.

El análisis de costos de Habitaciones es esencial para el proyecto, este es uno de los departamentos operacionales más importantes para la rentabilidad del hotel. Para este Hotel Boutique se ha distribuido el área del terreno en tres tipos de habitaciones: Hab. TIPO A con una extensión de 25 m², Hab. TIPO B con una extensión de 30 m² y finalmente las Suite. TIPO C con una extensión de 65 m². La capacidad máxima de las TIPO A es de 2 personas, la de TIPO B 4 personas y la TIPO C 8 personas. En el hotel existen 16 habitaciones de TIPO A, 12 habitaciones de TIPO B y 4 suites TIPO C. Es muy importante mencionar que para la comodidad y conveniencia de los huéspedes todas las habitaciones están interconectadas para que puedan hacer una combinación de las mismas.

Se ha realizado una lista base de los suministros que podrían ir en cada una de las habitaciones según su extensión y capacidad de clientes.

Lista de suministros
Costureros
Crema Homectante
Funda Blanca 18x24
Funda Transparente 10x14
Gel de baño
Gorro de baño
Jabón con caja
Kit de Afeitar
Kit Dental
Repelente
Papel Higiénico
Peinillas
Rinse
Shampoo
Vasos 12 onz
Carpeta Hotel
Colgante Arreglo
Colgante Lavandería
Colgante No molestar
Comment Card Hab
Espejo
Facturas
Hoja membretada
Noteros
Porta Llaves tarjeta
Recibos Hab
Reporte Ocupación toallas y minibar
Tarjeta de registro huéspedes
Ticket Maletas
Ambiental Baño
Cloro
Pinch lin
Atomizador
Escoba fibra natural
Funda Basura 30x36
Limpador de vidrios
Quita Sarro
Guantes de caucho
Felca
España
Lustrador de muebles

Cuadro 24. Lista Suministros

Con estos datos sobre la habitación TIPO A se ha determinado que el costo total de suministros de huésped por habitación es de \$3,69 y el costo total de las 16 habitaciones es de \$59,10. Para este tipo de habitaciones el costo total de suministros impresos por habitación es de \$2,32 y el costo total de las 16 habitaciones es de \$37,13.

Con relación a los suministros de aseo se sabe que el costo total por habitación es de \$2,70 y el costo total de las 16 habitaciones es de 407,56. Finalmente el costo total por habitación TIPO A de suministros es de \$8,71 y el costo total de las 16 habitaciones es de \$503.79.

Con estos datos sobre la habitación TIPO B se ha podido determinar que el costo total por habitación de este tipo en suministros para el huésped es de \$7,01 y el costo total por las 12 habitaciones es de \$84,09. Con relación a los suministros de oficina se sabe que el costo total por habitación es de \$2,76 y el costo total por las 12 habitaciones del TIPO B es de \$33,13. El costo total por habitación para los suministros de aseo es de \$2.81 y el costo total por las 12 habitaciones es de \$407.56. Finalmente con los datos se ha determinado que el costo total de suministros por habitación de TIPO B es de \$12,58 dólares y el total por todas las habitaciones es de \$524,77.

También se ha determinado los costos para las suites TIPO C de lo cual se sabe que el costo total por habitación en suministros para el huésped es de \$16,40 dólares y el costo total por las 4 suites es de \$65,60 dólares. Con respecto a los suministros de oficina el costo total por habitación TIPO C es de \$3,75 dólares y el costo total por todas las suites es de \$14,98 dólares. Para las suites el costo por habitación de suministros de aseo es de \$4,31 dólares y el costo total por las 4 suites es de \$407,56 dólares. Finalmente podemos determinar que el costo total de suministros por suite es de \$24,46 dólares y el costo total por las 4 suites es de \$488,15 dólares.

Como se mencionó previamente el análisis se basará en tres escenarios: optimista con un 68%OCC, real 40%OCC y pesimista 20%OCC. Por lo cual se ha determinado que el costo total de suministros para el primer escenario es de \$96,341.31, para el segundo \$56,671.36 y para el tercero \$28,335.68.

ESCENARIO OPTIMISTA 68%OCUPACIÓN				
HAB. TIPO A	\$8.71	11	\$	34,589.15
HAB. TIPO B	\$12.58	8	\$	37,468.27
HAB. TIPO C	\$24.46	3	\$	24,283.89
		TOTAL	\$	96,341.31
ESCENARIO REAL 40%OCUPACIÓN				
HAB. TIPO A	\$8.71	6	\$	20,346.56
HAB. TIPO B	\$12.58	5	\$	22,040.16
HAB. TIPO C	\$24.46	2	\$	14,284.64
		TOTAL	\$	56,671.36
ESCENARIO PESIMISTA 20%OCUPACIÓN				
HAB. TIPO A	\$8.71	3	\$	10,173.28
HAB. TIPO B	\$12.58	2	\$	11,020.08
HAB. TIPO C	\$24.46	1	\$	7,142.32
		TOTAL	\$	28,335.68

Cuadro 25. Escenario suministros habitaciones

Costos de Limpieza

Dentro de habitaciones también es muy importante que se considere ciertos estándares de limpieza para que los costos sean controlados y haya el menor desperdicio posible. Se ha establecido que para el proyecto el tiempo de limpieza para una habitación TIPO A será aproximadamente de 12 minutos, el tiempo para una habitación TIPO B de 17 minutos y para una suite TIPO C 23 minutos. El costo de limpieza está relacionado con el pago por hora de una camarera, en este caso el pago por hora es de \$3,27 dólares los cuales deben ser multiplicados por los 12 minutos de estándar y divididos para 60 minutos, esto da como total un costo de 0,65 dólares . El mismo cálculo se hace para las habitaciones de TIPO B se multiplica los \$3,27 dólares por los 17 minutos de estándar y se divide para 60 minutos lo cual da un total de \$0,93 dólares. Finalmente en el caso de las suites se multiplica el pago de \$3,27 dólares por 23 minutos de estándar y se divide para 60 minutos lo cual da como resultado \$1,25 dólares.

Para los costos de limpieza también se ha manejado el análisis de tres escenarios, por lo cual el costo total en el escenario optimista es de \$6,592. 19, para el real \$3,877.76 y para el pesimista \$1,938. 88.

ESCENARIO OPTIMISTA 68%OCUPACIÓN				
HAB. TIPO A	\$0.65	11	\$	2,581.28
HAB. TIPO B	\$0.93	8	\$	2,769.91
HAB.TIPO C	\$1.25	3	\$	1,241.00
		TOTAL	\$	6,592.19
ESCENARIO REAL 40%OCUPACIÓN				
HAB. TIPO A	\$0.65	6	\$	1,518.40
HAB. TIPO B	\$0.93	5	\$	1,629.36
HAB.TIPO C	\$1.25	2	\$	730.00
		TOTAL	\$	3,877.76
ESCENARIO PESIMISTA 20%OCUPACIÓN				
HAB. TIPO A	\$0.65	3	\$	759.20
HAB. TIPO B	\$0.93	2	\$	814.68
HAB.TIPO C	\$1.25	1	\$	365.00
		TOTAL	\$	1,938.88

Cuadro 26. Escenario costos de limpieza

Costos de Equipamiento.

Para los costos de habitaciones se ha hecho una lista base de equipamiento para las mismas, con el objetivo de proveer un ambiente cómodo y acogedor para los huéspedes. Debido a la temática del hotel se quiere contar con equipos de diferentes diseños y colores que transmitan el concepto de *relax*. El número de equipos dependerán del tamaño y necesidades de las mismas.

Lista de Equipamiento
Sony LED 42"
Teléfono
Mini Nevera
Cómoda para televisor
Sillón
Sillas
Secadora de cabello
Escritorio
Juego de Sabanas Queen
Almohada Twin
Almohada Queen
Plumón Twin
Plumón Queen
Juego de Sabanas Twin
Colchón Queen
Cama Queen
Colchón Twin
Cama Twin
Closet
Lampara de Mesa
Toalla
Lavabo
Llave de agua
Sanitario
Grifería Ducha
Plancha
Basurero

Cuadro 27. Lista equipamiento habitaciones

Con estos datos se ha determinado que la lista base de equipamiento para las habitaciones TIPO A incluyen: una televisión led con una pantalla de 42 pulgadas, un teléfono para poder comunicarse internamente en el hotel y externamente con un costo extra, una mini nevera, una cómoda para el televisor, un secador de cabello, un escritorio, dos sillas, dos veladores, un closet, dos lámparas de mesa, cuatro toallas, un lavabo, una llave de agua, un sanitario, una grifería para la ducha, una plancha, dos basureros, dos juegos de sábanas para cama queen, dos almohadas queen, un plumón

queen, un colchón queen y una cama queen. El costo de equipamiento por habitación TIPO A es de \$4,063.56 con una depreciación anual de \$726.75 y el costo total por las 16 habitaciones de este tipo es de \$65,015.36 con una depreciación anual de \$11,627.94.

Con relación a las habitaciones TIPO B se ha determinado que están equipadas con lo siguiente: una televisión led con una pantalla de 42 pulgadas, un teléfono para poder comunicarse internamente en el hotel y externamente con un costo extra, una mini nevera, una cómoda para el televisor, un secador de cabello, un escritorio, dos sillas, tres veladores, un closet, tres lámparas de mesa, ocho toallas, un lavabo, una llave de agua, un sanitario, una grifería para la ducha, una plancha, dos basureros, cuatro juegos de sábanas para cama queen, cuatro almohadas queen, dos plumón queen, dos colchones queen y dos camas queen. El costo de equipamiento por habitación de este tipo es de \$6,093.03 con una depreciación anual de \$1,082.94 y el costo total por las 12 habitaciones es de \$73,116.36 con una depreciación anual de \$12,995.27.

Finalmente para las suites TIPO C tienen una lista base de equipamiento con lo siguiente: dos televisiones led con una pantalla de 42 pulgadas, un teléfono para poder comunicarse internamente en el hotel y externamente con un costo extra, una mini nevera, dos cómodas para el televisor, dos secadores de cabello, un escritorio, tres sillas, un sillón cinco veladores, dos closet, cinco lámparas de mesa, dieciséis toallas, dos lavabos, dos llaves de agua, dos sanitarios, dos griferías para la ducha, una plancha, cuatro basureros, seis juegos de sábanas para cama queen, seis almohadas queen, tres plumón queen, tres colchones queen, tres camas queen, cuatro juegos de sábanas twin, dos almohadas twin, dos plumón twin, dos colchones twin, dos camas twin y un sillón.

El costo total por suite es de \$11,873.01 con una depreciación anual de \$2,131.98 y el costo total por las 4 suites es de \$47,492.04 con una depreciación anual de \$8,527.93.

TIPO DE HABITACIONES	COSTO DE EQUIPAMIENTO por habitacion	DEPRECIACIÓN ANUAL por habitacion
HAB. TIPO A	\$4,063.46	\$ 726.75
HAB. TIPO B	\$6,093.03	\$ 1,082.94
HAB. TIPO C	\$11,873.01	\$ 2,131.98
TIPO DE HABITACIONES	COSTO DE EQUIPAMIENTO por total habitaciones	DEPRECIACIÓN ANUAL por total habitaciones
HAB. TIPO A	\$65,015.36	\$ 11,627.94
HAB. TIPO B	\$73,116.36	\$ 12,995.27
HAB. TIPO C	\$47,492.04	\$ 8,527.93

Cuadro 28. Escenario depreciación

Con los datos obtenidos se ha determinado el precio de venta para las habitaciones el momento de arrancar el proyecto estas serán: \$80 por la hab. TIPO A, \$150 por la hab. TIPO B y \$240 por la suite TIPO C. Debido a que Tonsupa es un centro turístico muy visitado en feriados y temporada alta las tarifas se incrementarán en un 15%.

Gastos de Nómina

Para el funcionamiento del hotel en un escenario real se contará con un personal de 39 personas, las cuales están divididas en personal administrativo y operativo. Es importante mencionar que durante temporada alta y baja habrá cambios en la cantidad de personal según las necesidades del hotel. En el cálculo de los costos se han incluido los rubros del IESS (9.45%), IESS patronal (12.15%), fondos de reserva (8.33%), 13ro (8.33%), 14ro (sueldo mínimo/12) y vacaciones (sueldo/24) que se deben pagar por ley.

Se ha determinado con los cálculos que el costo total de nómina incluyendo todos los rubros por ley es de \$267,865.39.

TOTAL PERSONAL										
ÁREA	SUELDO	TOTAL MES	TOTAL DIA	TOTAL HORA	IESS PERSONAL	IESS PATRONAL	FONDOS DE RESERVA	13ro	14to	VACACIONES
ADMINISTRATIVA	5,260.00	6,724.34	336.22	42.03	497.07	639.09	438.16	438.33	226.67	219.17
OPERATIVA	5,004.00	15,597.77	779.89	97.49	1,126.06	1,447.79	992.60	992.60	878.33	496.50
TOTAL MENSUAL	10,264.00	22,322.12	1,116.11	139.51	1,623.13	2,086.88	1,430.76	1,430.94	1,105.00	715.67
TOTAL ANUAL	\$ 123,168.00	\$ 267,865.39	\$ 13,393.27	\$ 1,674.16	\$ 19,477.58	\$ 25,042.61	\$ 17,169.13	\$ 17,171.23	\$ 13,260.00	\$ 8,588.00

Cuadro 29. Gasto Nómina

Costos Alimentos y Bebidas

Dentro de Alimentos y Bebidas se encuentran 3 puntos de venta alrededor del Hotel. En la planta baja existe un restaurante que tiene una capacidad para 48 personas donde se sirve un buffet de desayuno, platos a la carta para el almuerzo y un buffet durante la cena. Hay un gran bar en la misma planta en la cual habrá un menú con bebidas alcohólicas, jugos de frutas tropicales y batidos. Hay una pequeña barra en el área de la piscina que trabajara conjuntamente con el bar principal.

Se ha realizado un menú base con diferentes platos que van acorde a la zona y a los gustos de los consumidores con los cuales se ha podido establecer un precio de venta en el cual los costos representen máximo el 26%. Se ofrecerá a los huéspedes desayuno buffet, almuerzo y cena con platos a la carta. Debido a que el hotel tiene varios espacios para *relax* se contará con un menú de picaditas.

- El costo promedio del desayuno es de \$2.63 y el precio de venta estimado es de \$10.00.
- El costo promedio de platos a la carta es de \$3.36 y el precio de venta estimado es de \$9.60.
- El costo promedio de los postres es de \$1.22 y el precio de venta estimado es de \$3.50.
- El costo promedio de picaditas es de \$0.96 y el precio de venta estimado es de \$3.75

- El costo promedio de bebidas alcohólicas es de \$1.86 y el precio de venta estimado es de \$8.50.
- El costo promedio de jugos es de \$0.52 y el precio de venta estimado es de \$2.95
- El costo promedio de batidos es de \$0.70 y el precio de venta estimado es de \$3.25.

Para el análisis de los costos de alimentos y bebidas se han manejado tres escenarios: optimista, real y pesimista. Se ha determinado que el costo total en el primer escenario es de \$405,281.4 en el segundo escenario es de \$239,969.3 y en el tercer escenario \$122,651.0.

ESCENARIO OPTIMISTA				
ALIMENTOS	COSTO	68% OCUPACIÓN= 76 PERSONAS		
Buffet Desayuno	\$2.63	\$72,956.2		
Picaditas	\$0.96	\$26,630.4		
Plato a la carta almuerzo	\$3.36	\$93,206.4		
Plato a la carta cena	\$3.36	\$93,206.4		
Postres	\$1.22	\$33,842.8		
		TOTAL	\$319,842.2	
Bebida Alcoholicas	\$1.86	\$51,596.4	TOTAL AYB	\$405,281.4
Jugo	\$0.52	\$14,424.8		
Batido	\$0.70	\$19,418.0		
		TOTAL	\$85,439.2	
ESCENARIO REAL				
ALIMENTOS	COSTO	40% OCUPACIÓN= 45 PERSONAS		
Buffet Desayuno	\$2.63	\$43,197.8		
Picaditas	\$0.96	\$15,768.0		
Plato a la carta almuerzo	\$3.36	\$55,188.0		
Plato a la carta cena	\$3.36	\$55,188.0		
Postres	\$1.22	\$20,038.5		
		TOTAL	\$189,380.3	
Bebida Alcoholicas	\$1.86	\$30,550.5	TOTAL AYB	\$239,969.3
Jugo	\$0.52	\$8,541.0		
Batido	\$0.70	\$11,497.5		
		TOTAL	\$50,589.0	
ESCENARIO PESIMISTA				
ALIMENTOS	COSTO	20% OCUPACIÓN= 23 PERSONAS		
Buffet Desayuno	\$2.63	\$22,078.9		
Picaditas	\$0.96	\$8,059.2		
Plato a la carta almuerzo	\$3.36	\$28,207.2		
Plato a la carta cena	\$3.36	\$28,207.2		
Postres	\$1.22	\$10,241.9		
		TOTAL	\$96,794.4	
Bebida Alcoholicas	\$1.86	\$15,614.7	TOTAL AYB	\$122,651.0
Jugo	\$0.52	\$4,365.4		
Batido	\$0.70	\$5,876.5		
		TOTAL	\$25,856.6	

Cuadro 30. Costos Alimentos y Bebidas

Dentro de este departamento es muy importante tener una lista base de los equipos que son necesarios para que en la cocina, restaurante y bar se trabaje de forma eficiente, se pueda satisfacer de la mejor manera a los clientes, y se logre conseguir la mayor rentabilidad posible.

Cocina:

Equipamiento Cocina
Refrigerador Industrial
Congelador Industrial
Horno
Mesas de trabajo
Anaqueles
Plancha Industrial
Gabinete
Fregaderos
Freidora
Mesa Caliente
Mesa Fría
Campana extracción
Microondas
Licuada
Filtro grasas
Sartenes
Ollas (12 piezas)
Coladores
Parrilla
Cacerolas (5 piezas)
Batidora
Procesador de alimentos
Balanza
Espatulas
Ralladores
Peladores
Tablas
Abrelatas
Juego de Cuchillos
Lavaplatos
Bandejas (2 piezas)
Cafetera
Jarras
Coche bandejas
Cucharón
Basureros

Cuadro 31. Equipamiento Cocina

Restaurante y Buffet:

Equipamiento Restaurante y Buffet
Carro de servicio
Mesa Caliente
Mesa Fría
Mesas
Sillas
Mesa Buffet
Aparadores
Muletones
Manteles
Lito
Repasadores
Set de cubiertos (20 piezas)
Set de platos (20 piezas)
Set de vasos (12 piezas)
Set de copas (8 piezas)
Jarras
Dispensador cubiertos
Basureros
Bandejas
Cooler
Calentador de agua y leche
Sopera Eléctrica
Calentador Buffet
Salero
Azucarero
Dispensador Servilletas
Dispensador Jugos
Salad Bar
Barra Refrigerada

Cuadro 32. Equipamiento Restaurante y Buffet

Bar:

Equipamiento Bar
Refrigerador
Congelador
Mesas de trabajo
Anaqueles
Gabinete
Fregaderos
Licuada
Ralladores
Peladores
Tablas
Abrelatas
Juego de Cuchillos
Bandejas (2 piezas)
Cafetera
Cucharón
Basureros
Mesas
Sillas
Aparadores
Set de vasos (12 piezas)
Set de copas (8 piezas)
Jarras
Cooler
Dispensador Jugos
Triturador de Hielo
Shaker
Sacacorchos
Coladores
Embudo
Shots (6 piezas)
Ceniceros
Exprimidor
Jigger
Pala de Hielo
Agitadores
Vitrinas

Cuadro 33. Equipamiento Bar

Se ha determinado el costo de equipamiento de cocina es de \$20,980.89 con una depreciación anual de \$3,631.59, el costo de equipamiento del restaurante y buffet es de \$17,570.98 con una depreciación anual de \$3,489.94 y finalmente el bar tiene un costo de equipamiento de \$24,559.02 con una depreciación anual de \$4,421.41.

ÁREA	COSTO DE EQUIPAMIENTO por área	DEPRECIACIÓN ANUAL por área
Cocina	\$20,980.89	\$ 3,631.59
Restaurante y Buffet	\$17,570.98	\$ 3,489.94
Bar	\$24,559.02	\$ 4,421.41

Cuadro 34. Depreciación anual Alimentos y Bebidas

Costos de Spa

En la terraza de este Hotel Boutique habrá un spa donde las personas tengan a su acceso diferentes tratamientos de relajación como: faciales, masajes, manicure, pedicure, choco terapia, depilación y más. Los huéspedes también tendrán a su disposición un área con 3 jacuzzis.

Se ha determinado que el costo promedio por tratamiento es de \$5.60 y el precio estimado de \$17.50. En esta área se hará un costo estimado por habitaciones y no por personas ya que se debe considerar que no todas las personas necesariamente se van a hacer un tratamiento durante su visita. Para el análisis también se han establecido tres escenarios optimista, real y pesimista. El costo total para el primer escenario es \$44,968, para el segundo \$26,572 y para el tercero \$12,264.

ESCENARIO OPTIMISTA				
SPA	Costo	# habitaciones	% ocupacion	Total
Promedio tratamientos spa	\$5.600	22	68	\$44,968
ESCENARIO REAL				
SPA	Costo	# habitaciones	% ocupacion	Total
Promedio tratamientos spa	\$5.600	13	40	\$26,572
ESCENARIO PESIMISTA				
SPA	Costo	# habitaciones	% ocupacion	Total
Promedio tratamientos spa	\$5.600	6	20	\$12,264

Cuadro 35. Escenarios costo Spa

Para esta área también se ha hecho una lista base de equipamiento. Con lo cual se ha determinado que el costo de equipamiento para el spa es de \$20,416.30 con una depreciación anual de \$3,810.36.

Equipamiento Spa
Jacuzzi
Cama
Silla Ergonómica
Cama con agua
Calentador de Cera
Mesas de trabajo
Toallas
Batas
Vaporera
Juego Aromaterapia
Juego Piedras
Spa Portátil
Sillas de lavado
Fregadores

Cuadro 36. Equipamiento Spa

ÁREA	COSTO DE EQUIPAMIENTO	DEPRECIACIÓN
Spa	\$20,416.30	\$ 3,810.36

Cuadro 37. Costos y depreciación Spa

Costos de Equipamiento para el hotel

Dentro del hotel se cuenta con 3 tipos de entretenimiento claves para la relajación de las personas de todo tipo de edad. En estos está incluida un área de juegos para adultos como billa, ping-pong, cartas, y otras. La siguiente área es una sala de proyecciones donde las personas puedan relajarse y ver todo tipo de películas. Finalmente habrá a la disposición de los huéspedes dos jets kées que serán llevados por el personal de servicio a la playa cuando sea necesario.

En este punto también se tomará en cuenta el equipamiento y sistemas necesarios para el funcionamiento y eficiencia del hotel. Se ha tomado en cuenta: Lobby, Área húmeda, Planta de luz, Servicio de agua, Sistema de seguridad, Sistema de administración front desk, Lavandería, Área de servicio, Área de basura y baños. Se ha realizado una lista base en la cual se puedan observar los equipos y sistemas principales.

Equipamiento Hotel
Billa
Ping-pong
Futbolín
Mesa de cartas
Proyector
Jet Ski
Muebles para cine
Camas de bronceado
Gazebos
Lavadora
Secadora
Mesas
Lockers
Sillas descanso
Juego de muebles
Laptop
Muebles de oficina
Sillas
Lavabo
Llave de agua
Sanitario
Grifería de duchas
Plancha
Transformador 6kw
Aire acondicionado central
Sistema hidroneumático para agua potable (bomba, tanque, tablero de controles, accesorios)
Bombas para aguas servidas
Central Telefónica
Sistema centralizado de Tv cable
Sistema centralizado con wifi inalámbrico
Sistema contra incendios (red hídrica, bomba y cajetines y accesorios)
Equipos para piscina
Equipos para jacuzzi
Equipo de proyección (pantalla, proyector, audio, etc)
Planchas a vapor
Contenedores de basura
Basureros
Ascensores
Montacargas
Sistema de seguridad y alarma
Sistema de administración
Furgoneta

Cuadro 38. Equipamiento Hotel

Se ha determinado que el costo de equipamiento y sistemas necesarios para el Hotel Boutique es de \$386,413.47 con una depreciación anual de \$64,399.66.

ÁREA	COSTO DE EQUIPAMIENTO	DEPRECIACIÓN
Áreas Públicas	\$386,413.47	\$ 69,399.66

Cuadro 39. Depreciación Hotel Boutique

Costos de Limpieza para el hotel

Es muy importante tomar en cuenta los costos de los artículos necesarios para la limpieza del hotel, con el objetivo de proveer un ambiente limpio y seguro tanto para los huéspedes como para los empleados. Se ha realizado una lista base con los productos necesarios con lo cual se ha determinado que los costos de limpieza para el hotel son de \$24,841.7 con una depreciación anual para los equipos que la tienen de \$2444.96.

Limpieza	Cantidad	Costo	Costo Total	Depreciación
Recogedor	100	3.77	377	-
Escoba	100	11.99	1199	-
Aspiradora	15	160.00	2400	480.00
Cubos	80	1.25	100	-
Paños	500	0.75	375	-
Trapos	500	0.75	375	-
Cepillos	500	0.90	450	-
Limpia cristales	150	1.95	292.5	-
Desengrasante	150	2.10	315	-
Guantes de goma	200	2.45	490	-
Detergente	150	3.65	547.5	-
Pinoklin	150	2.95	442.5	-
Cloro	150	3.20	480	-
Mopa	100	2.00	200	-
Papel secante rollo	300	2.20	660	-
Lavavajilla ultra	150	3.15	472.5	-
Aromatizante	150	3.90	585	-
Jabón en polvo	140	1.85	259	-
Cera	130	3.7	481	-
Lustra muebles	110	4.2	462	-
Abrillantador	100	2.6	260	-
Jabón líquido (galón)	100	20.00	2000	-
Alcohol en gel (galón)	100	18.00	1800	-
Dispensador de toallas	50	15.99	799.5	159.9
Dispensador papel higienico	80	19.99	1599.2	319.84
Papel Higiénico funda	300	4.50	1350	-
Secador de manos	50	60.00	3000	600.00
Desinfectante	350	2.45	857.5	-
Suavizante	350	3.25	1137.5	-
Trapeadores	100	10.75	1075	-
Total	5405	374.24	24841.7	1559.74

Cuadro 40. Costos limpieza hotel

Gasto Utilities

Para el funcionamiento correcto del hotel se debe tomar en cuenta los gastos mensuales de los servicios como agua, electricidad, teléfono e internet. Estos son esenciales para que el personal pueda trabajar de manera eficiente y que los huéspedes tengan la mejor experiencia posible. Se ha estimado un costo promedio mensual ya que se debe tomar en cuenta que en la playa de Tonsupa hay fechas como feriados y temporada alta donde se usará al máximo los servicios, pero hay otros meses con baja ocupación donde el gasto va a ser mucho menor. Se ha estimado que el gasto anual es de \$17,760.0.

UTILITIES	Costo mensual	Total Anual
Agua	\$ 450.00	\$ 5,400.00
Electricidad	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Teléfono	\$ 170.00	\$ 2,040.00
Internet	\$ 360.00	\$ 4,320.00
	Total	\$ 17,760.00

Cuadro 41. Gasto Utilities

Gasto Honorarios Profesionales

Dentro del análisis financiero del hotel se debe tomar en cuenta los honorarios profesionales que fueron necesarios para desarrollar el mismo. Lo cual da un total de \$55.000.

Honorarios Profesionales	
Arquitecto	-
Diseñador	-
Abogado	8000
Mercadotecnista (estudio mercado)	9000
Financiero	7000
Ing. estructural	9000
Administrador	4000
Ing. Sanitario	4000
Ing. Eléctrico	4000
Administrador AyB	5000
Chef	5000
TOTAL	55000

Cuadro 42. Honorarios Profesionales

Otros Gastos

Para el análisis también se ha tomado en cuenta un gasto de \$3600 al año en suministros de Oficina para todos los departamentos de apoyo del Hotel Boutique. De acuerdo a las estrategias de Marketing y Publicidad que serán necesarias para captar la mayor parte del mercado posible se necesitará de \$18800 anuales, finalmente se necesitará de \$16800 anuales para el mantenimiento del Hotel Boutique que es extremadamente importante en la Costa donde los equipos e instalaciones en general se deterioran más rápido.

Ingresos de Habitaciones

Como se ha mencionado previamente el hotel se maneja con tres tipos de tarifas: \$80 para las habitaciones TIPO A, \$150 para las habitaciones tipo B y \$240 para las suites tipo C. El hotel cuenta con un total de 32 habitaciones, de las cuales 16 son TIPO A, 12 TIPO B y 4 TIPO C. Para el análisis se ha tomado en cuenta el nivel de ingresos para tres escenarios optimista con un %OCC del 68%, real con un %OCC del 40% y pesimista con un %OCC del 20%. Para los precios establecidos se ha tomado en cuenta los diferentes costos por habitación, las tarifas de la competencia y al tipo de target que se dirige el proyecto. El total de ingresos anuales para el primer escenario es de \$1, 002,728.00, para el segundo \$589,840.00 y finalmente para el tercero \$294,920.00.

ESCENARIO OPTIMISTA 68% OCUPACIÓN				
HAB. TIPO A	\$80		11	\$ 317,696.00
HAB. TIPO B	\$150		8	\$ 446,760.00
HAB. TIPO C	\$240		3	\$ 238,272.00
			TOTAL	\$ 1,002,728.00
ESCENARIO REAL 40% OCUPACIÓN				
HAB. TIPO A	\$80		6	\$ 186,880.00
HAB. TIPO B	\$150		5	\$ 262,800.00
HAB. TIPO C	\$240		2	\$ 140,160.00
			TOTAL	\$ 589,840.00
ESCENARIO PESIMISTA 20% OCUPACIÓN				
HAB. TIPO A	\$80		3	\$ 93,440.00
HAB. TIPO B	\$150		2	\$ 131,400.00
HAB. TIPO C	\$240		1	\$ 70,080.00
			TOTAL	\$ 294,920.00

Cuadro 43. Escenario ingresos habitaciones

Ingresos de Alimentos y Bebidas

Dentro del Hotel Boutique existen tres centros encargados del área de alimentos y bebidas. Se cuenta con un restaurante en el cual los huéspedes pueden contar con un desayuno buffet y durante el almuerzo y cena platos a la carta. Existe un gran bar en el cual las personas pueden consumir bebidas alcohólicas, soft drinks y batidos. Existe una barra en la piscina la cual trabaja conjuntamente con el bar principal. Es importante mencionar que al haber varios servicios de entretenimiento o relajación dentro del hotel se ofrecerán picaditas para que los huéspedes puedan disfrutar de las mismas en cualquier área o momento. El precio de venta promedio para el desayuno es \$10.00, \$9.60 para platos a la carta, \$3.50 para postres, \$3.75 para picaditas, \$8.50 para bebidas alcohólicas, \$2.95 para jugos y \$3.25 para batidos.

Dentro de este departamento es importante mencionar que el cálculo no es por habitaciones sino por la capacidad de personas que entran en el restaurante y bar. En total hay una capacidad para 111 personas, por lo cual con un 68% son 76 personas, con el 40% son 45 personas y finalmente con el 20% son 23 personas. Para el análisis igualmente se trabajará con tres tipos de escenarios, los ingresos totales de alimentos y bebidas en un escenario optimista es de \$1,418,901.0, en un escenario real \$840,138.8 y en el pesimista \$429,404.3.

ESCENARIO OPTIMISTA					
ALIMENTOS	PRECIO DE VENTA	68% OCUPACIÓN= 76 PERSONAS			
Buffet Desayuno	\$10.0	\$277,400.0			
Plato a la carta almuerzo	\$9.6	\$266,304.0			
Plato a la carta cena	\$9.6	\$266,304.0			
Picaditas	\$3.75	\$104,025.0			
Postre	\$3.5	\$97,090.0			
		TOTAL	\$1,011,123.0		
Bebida Alcohólica	\$8.5	\$235,790.0	TOTAL AYB	\$1,418,901.0	
Jugo	\$2.95	\$81,833.0			
Batido	\$3.25	\$90,155.0			
		TOTAL	\$407,778.0		
ESCENARIO REAL					
ALIMENTOS	PRECIO DE VENTA	40% OCUPACIÓN= 45 PERSONAS			
Buffet Desayuno	\$10.0	\$164,250.0			
Plato a la carta almuerzo	\$9.6	\$157,680.0			
Plato a la carta cena	\$9.6	\$157,680.0			
Picaditas	\$3.75	\$61,593.8			
Postre	\$3.5	\$57,487.5			
		TOTAL	\$598,691.3		
Bebida Alcohólica	\$8.5	\$139,612.5	TOTAL AYB	\$840,138.8	
Jugo	\$2.95	\$48,453.8			
Batido	\$3.25	\$53,381.3			
		TOTAL	\$241,447.5		
ESCENARIO PESIMISTA					
ALIMENTOS	PRECIO DE VENTA	20% OCUPACIÓN= 23 PERSONAS			
Buffet Desayuno	\$10.0	\$83,950.0			
Plato a la carta almuerzo	\$9.6	\$80,592.0			
Plato a la carta cena	\$9.6	\$80,592.0			
Picaditas	\$3.75	\$31,481.3			
Postre	\$3.5	\$29,382.5			
		TOTAL	\$305,997.8	TOTAL AYB	\$429,404.3
Bebida Alcohólica	\$8.5	\$71,357.5			
Jugo	\$2.95	\$24,765.3			
Batido	\$3.25	\$27,283.8			
		TOTAL	\$123,406.5		

Cuadro 44. Escenario ingresos Alimentos y Bebidas

Ingresos de Spa

Uno de las facilidades más importantes del Hotel Boutique es el spa, esta área está muy relacionada con el concepto del negocio y tiene como objetivo que los huéspedes tengan un momento en el cual se olviden de sus problemas y se llenen de energía positiva. Se ha determinado que el precio promedio por tratamiento es de \$17.50 e igualmente se hará un análisis para tres tipos de escenarios. El ingreso total en un escenario optimista es de \$140,525, en un escenario real \$83,038 y en un escenario pesimista \$38,325.

ESCENARIO OPTIMISTA				
SPA	Precio	# habitaciones	% ocupación	Total
Promedio tratamientos spa	\$17.50	22	68	\$140,525
ESCENARIO REAL				
SPA	Precio	# habitaciones	% ocupación	Total
Promedio tratamientos spa	\$17.50	13	40	\$83,038
ESCENARIO PESIMISTA				
SPA	Precio	# habitaciones	% ocupación	Total
Promedio tratamientos spa	\$17.50	6	20	\$38,325

Cuadro 45. Escenario ingresos spa

Ingresos de Jet Ski

Para el entretenimiento de los huéspedes se cuenta con dos jet ski, los cuales pueden ser llevados a la playa mediante el personal del hotel. En este caso también se ha determinado que los ingresos estimados son por habitación y no por persona, ya que no necesariamente todas las personas se ven atraídas por este tipo de actividad. El precio promedio por el uso de un jet ski por 40 minutos es de \$45. El ingreso total en un escenario optimista es de \$361,350, en un escenario real \$213,525 y en un escenario pesimista \$98,550.

ESCENARIO OPTIMISTA				
JET SKI	Precio	# habitaciones	% ocupación	Total
Promedio Uso	\$45	22	68	\$361,350
ESCENARIO REAL				
JET SKI	Precio	# habitaciones	% ocupación	Total
Promedio Uso	\$45	13	40	\$213,525
ESCENARIO PESIMISTA				
JET SKI	Precio	# habitaciones	% ocupación	Total
Promedio Uso	\$45	6	20	\$98,550

Cuadro 46. Escenario ingresos jet ski

Ingresos de Telecomunicaciones

Tomando en cuenta la importancia del Internet hoy en día el Hotel Boutique cuenta con un sistema centralizado con WiFi inalámbrico. Se ha determinado que es una buena oportunidad para el negocio cobrar una tarifa por el uso del Internet, ya que la mayoría de personas lo consideran como algo esencial en su día a día. En este caso la tarifa cobrada será por habitación y no por persona. La tarifa estimada por día es de \$10, lo cual nos da un total de ingresos en un escenario optimista de \$ 80,333, en un escenario real \$47,450 y en un escenario pesimista \$21,900.

ESCENARIO OPTIMISTA				
INTERNET	Precio	# habitaciones	% ocupación	Total
Promedio Uso	\$10	22	68	\$80,300
ESCENARIO REAL				
INTERNET	Precio	# habitaciones	% ocupación	Total
Promedio Uso	\$10	13	40	\$47,450
ESCENARIO PESIMISTA				
INTERNET	Precio	# habitaciones	% ocupación	Total
Promedio Uso	\$10	6	20	\$21,900

Cuadro 47. Escenario ingresos telecomunicaciones

Ingresos de Lavandería

Se cuenta con una lavandería la cual tiene como función principal la limpieza interna del hotel, sin embargo se ofrece el servicio de lavado, secado y planchado para los huéspedes

a un costo extra. En este caso se cobrará una tarifa promedio por habitación de \$12 por 10 prendas. El total de ingresos en un escenario optimista es de \$96,360, en un escenario real \$56,940 y en un escenario pesimista \$26,280.

ESCENARIO OPTIMISTA				
LAVANDERÍA	Precio	# habitaciones	% ocupación	Total
Promedio Uso	\$12	22	68	\$96,360
ESCENARIO REAL				
LAVANDERÍA	Precio	# habitaciones	% ocupación	Total
Promedio Uso	\$12	13	40	\$56,940
ESCENARIO PESIMISTA				
LAVANDERÍA	Precio	# habitaciones	% ocupación	Total
Promedio Uso	\$12	6	20	\$26,280

Cuadro 48. Escenario ingresos lavandería

FLUJO DE EFECTIVO

“Serenité” es un Hotel Boutique que puede llegar a tener mucho éxito en el mercado ya que después de un análisis financiero los resultados obtenidos fueron muy alentadores. Se ha determinado que para el financiamiento del Hotel Boutique se contará con un préstamo del 60%, con una tasa del 9% a 10 años. La inversión total para el hotel es de \$2, 611,501.82. Para determinar la rentabilidad del proyecto se ha realizado un flujo de efectivo en el cual se han establecido parámetros muy importantes como el incremento del 5% en las ventas anualmente y de 3% en los costos departamentales y los gastos operacionales. Se han tomado en cuenta los gastos de suministros de oficina de los departamentos de apoyo, ya que a pesar de no generar utilidad son una parte esencial del hotel sin los cuales este no podría funcionar. Se ha tomado en cuenta el gasto de Marketing y publicidad ya que este departamento es el encargado de atraer los clientes y generar el mayor volumen de ventas. También existe un rubro para el gasto de

Mantenimiento, este es muy importante por la ubicación del proyecto ya que en la Costa todo se deteriora más rápido. Se ha establecido un porcentaje del 1.5% para el Seguro de la propiedad y 1% para el Impuesto predial. Es muy importante considerar que de la Utilidad antes de impuestos y participaciones se debe restar el 15% destinado a los empleados y 25% del impuesto a la renta. Se ha llegado a la conclusión que la utilidad neta del primer año es de \$455,542.81. La inversión del hotel se recupera al final del año 5, lo cual es razonable tomando en cuenta todas las facilidades que se ofrecen en el hotel, las tarifas que se manejan y el porcentaje de ocupación en un escenario real del 40%. Durante el año 5 hay una nueva inversión de \$655,594.42 para la compra de equipos y artículos necesarios que ya han sido depreciados. El valor presente del proyecto es de \$1, 570,541.95 con un VAN positivo de \$687,587.37 y un TIR del 16%. Como se ha mencionado a lo largo del análisis un proyecto hotelero tiene grandes riesgos y se debe contar con un capital alto para implementarlo. Se debe tomar en cuenta que los resultados obtenidos son positivos ya que se pueden implementar maneras para que la inversión y los costos disminuyan. También se debe tomar en cuenta que a lo largo de los años se espera atraer más clientes nacionales y extranjeros que incrementen el porcentaje de ocupación y lograr llegar mínimo a un escenario optimista del 65%.

PROGRAMA DE ESPACIO

El Hotel Boutique se encuentra dividido en dos torres principales. La Torre A tiene 5 pisos, mientras que la Torre B tiene 3 pisos. La construcción y diseño del hotel se ha creado con el objetivo que todos los recursos y sistemas trabajen de forma eficiente, que el personal se sienta cómodo y tenga a su acceso todo lo que necesite y que los huéspedes se sientan cómodos, disfruten de privacidad y tengan la mejor experiencia posible. El subsuelo del hotel se encuentra a -3.50 m bajo el suelo con una extensión de 419.36 m², la planta baja está a nivel 0 con una extensión de 1531.1 m², el segundo nivel está a 6.40 m con una extensión de 762.93 m², el tercer nivel está a 9.60 m con una extensión de 623.47, el cuarto nivel está a 12.80 m con una extensión de 616.22 y el quinto nivel está a 16.00 m con una extensión de 356.63 m².

La conceptualización y el diseño arquitectónico de este proyecto es de estilo Mediterráneo, su objetivo principal es permitir que el sol llegue por todos los espacios del hotel. La claridad, luz y color en los ambientes es un factor primordial en éste estilo ya que proporcionan espacios alegres que transmiten buena energía, consiste en una decoración relajada y cálida, el blanco es el color que predomina, está presente en fachadas y paredes interiores principales alternada con tonos aguamarina y verde oliva, son colores fríos que responden a la sensación térmica del organismo provocando frescura y tienen efecto de amplitud y agrandan los espacios. Según los estudios de cromoterapia estos colores influyen sobre el organismo permitiendo mantener un estado de relajación relativa, estimula la digestión y disminuye el ritmo cardíaco lo que nos produce una sensación de serenidad y paz.

Combinados sobriamente en adornos, tapicería, mantelería y decoración menor para no provocar cansancio visual y menos saturación de colores ni sensaciones contradictorias, se ha utilizado el color ocre, para ofrecernos sensaciones positivas como alegría y calidez emocional. Estos tres colores, azul, verde y ocre son colores análogos, es decir, se encuentran a ambos

lados del mismo en el círculo de color y usados juntos producen sensación de **serenidad** que es el objetivo principal de este Hotel.

Las técnicas constructivas son sencillas, grandes ventanales, suelos continuos en cemento decorativo que lo asemejan a un suelo semi rústico, techos con vigas a la vista, patios llenos de plantas, azulejos o mosaicos decorativos sobresalen en éste estilo arquitectónico.

La iluminación predominante en este hotel debido a su concepción arquitectónica e implantación dentro del terreno y la orientación solar es natural, para la noche tenemos lámparas de techo con luz blanca que nos brindan iluminación general en los diferentes ambientes del hotel y apliques de pared en luz cálida para provocar efectos indirectos de luz agradable a la vista.

La ventilación en este proyecto, gracias a sus grandes ventanales y la disposición de la mayoría de espacios en el hotel es natural. Su finalidad es asegurar la limpieza del aire, controlar los niveles de humedad, concentraciones de gases y colaborar el acondicionamiento térmico del hotel. Aun así cuenta con sistema de ventilación mecánica central (aire acondicionado) para épocas de calor.

NIVEL	AMBIENTE	AREA (m2)
N-3,50	TRANSF. / GENERADOR	7.31
	LAVANDERÍA	31.04
	BOMBAS	4.49
	BODEGAS	57.21
	CIRCULACIÓN	108.68
	ASCENSORES	11.34
	GRADAS	23.81
	CISTERNA	9.45
	ZONA DESCARGA (INCL. JETSKIES)	166.03
TOTAL NIVEL		419.36

NIVEL	AMBIENTE	AREA (m2)
N 0,00	OFICINAS	13.58
	LOBBY	122.29
	BAÑOS	43.8
	BAR	50.41
	ENTRETENIMIENTO	46.9
	VESTIDORES	30.08
	BAÑOS VESTIDORES	11.02
	GRADAS	47.62
	ASCENSORES	11.34
	CIRCULACIÓN	102.76
	RESTAURANTE	121.77
	COCINA	34.32
	CUARTO FRÍO	6.7
	DESPENSA	9.65
	AREA PISCINA	300.98
	AREA VERDE	162.85
	PARQUEADERO	359.06
	BASURA	10.19
RAMPA	45.79	
TOTAL NIVEL		1531.11

NIVEL	AMBIENTE	AREA (m2)
N+6,40	HAB. TIPO A 1	61.16
	HAB. TIPO A 2	49.32
	HAB. TIPO B 1	59.52
	HAB. TIPO B 2	55.9
	HAB. TIPO C	266.16
	ASCENSORES	11.34
	GRADAS	47.62
	BODEGAS	17.43
	CIRCULACIÓN	85.84
	TECHO LOBBY	70.26
	PERGOLA LOBBY	24.7
	TECHO CIRC. SERVICIO	13.68
	TOTAL NIVEL	

NIVEL	AMBIENTE	AREA (m2)
N+9,60	HAB. TIPO A 1	147.96
	HAB. TIPO A 2	61.16
	HAB. TIPO B	119.04
	HAB. TIPO C	133.08
	ASCENSORES	11.34
	GRADAS	47.62
	BODEGAS	17.43
	CIRCULACIÓN	85.84
TOTAL NIVEL		623.47

NIVEL	AMBIENTE	AREA (m2)
N+12,80	HAB. TIPO A	98.64
	HAB. TIPO B	119.04
	ASCENSORES	11.34
	GRADAS	47.62
	BODEGAS	17.43
	CIRCULACIÓN	42.92
	TERRAZA BLQ. DELANTERO	279.23
	TOTAL NIVEL	

NIVEL	AMBIENTE	AREA (m2)
N+16,00	SPA	102.81
	BAÑOS SPA	4.42
	SALA PROYECCIÓN	55.43
	ASCENSORES	7.56
	GRADAS	23.81
	BODEGAS	13.54
	CIRCULACIÓN	13.09
	TERRAZA ASOLEAMIENTO	63.58
	TAPAGRADAS BLQ. DELANTERO	72.39
TOTAL NIVEL		356.63

NIVEL	AMBIENTE	AREA (m2)
N+19,20	LOSA DE CUBIERTA	248.59
TOTAL NIVEL		248.59

Cuadro 49. Programa de espacio Hotel Boutique

Memoria descriptiva del Hotel Boutique

Subsuelo.

El subsuelo del hotel está compuesto por 13 diferentes áreas. Tres son para bodegas las cuales son para la recepción y almacenado de recursos alimenticios, bebidas, artículos de limpieza y linos. Aquí también se encuentra un cuarto para transformador y generador con el objetivo de proveer electricidad a todo el hotel y el funcionamiento de la planta de luz cuando sea necesario. Hay dos áreas para la bomba de agua y cisterna, las cuales sirven para el abastecimiento de este recurso. En esta planta también se encuentra la lavandería la cual está equipada con todo lo necesario para la limpieza, secado y planchado de linos, uniformes y lo que sea necesario del hotel. Se ofrece el servicio de lavandería a una tarifa extra para los huéspedes que lo necesiten. Existe una rampa vehicular de ingreso para camiones y camionetas de provisiones por la cual pueden desplazarse cómodamente hasta el área de descarga. Se cuenta con un espacio para el parqueo de jet skis. Finalmente hay tres ascensores, tres montacargas y gradas de emergencia para la movilización de las personas de servicio.

Planta Baja.

La planta baja de este hotel ha sido proyectada a doble altura, en forma de U distribuida de la siguiente manera:

- El ingreso principal al hotel es el área central de la edificación, está compuesto por 4 áreas principales. Hay un lobby de 122 m² en el cual está el front desk donde las personas pueden hacer check-in, check-out, consultar dudas y más. Se han diseñado dos salas para la comodidad de los huéspedes en tiempos de espera. Los huéspedes tienen a su disposición dos estaciones que ofrecen servicio de internet, impresión, y teléfono para aquellos que no cuenten con computadoras

o celulares personales. Finalmente en la parte posterior del front desk están las oficinas administrativas del hotel. Todo el hotel cuenta con WiFi sin embargo como se mencionó antes hay una tarifa extra para acceder al mismo. Dentro de todo el hotel hay alarmas y cámaras de seguridad para que ninguno de los huéspedes tenga una experiencia negativa. A los dos lados del lobby hay baños cómodos e independientes para mujeres y hombres, cada uno de ellos con baño de discapacitado.

- En la planta baja de la Torre A del hotel se encuentran dos ascensores y un montacargas para la movilización de huéspedes, personal y artículos de diferente tipo. En esta parte también se encuentra el restaurante y cocina. Los empleados y los clientes tienen entradas independientes para no cruzar su circulación. El restaurante tiene una capacidad para 48 personas sentadas y una isla en la mitad del mismo para el buffet de la mañana y mesas de auxilio durante el resto del día. Existe una salida desde la cocina al restaurante donde se cuenta con dos aparadores para platos, vasos, vajilla y otros. La cocina se divide en tres partes de las cuales dos son una despensa y cuarto frío. Estas dos áreas comparten un montacargas para la movilización de recursos alimenticios que sean necesarios. En esta planta también existe una salida de emergencia.
- En la parte central de la planta baja se encuentra el área húmeda la cual cuenta con una piscina con una extensión de 300.98 m². La piscina tiene dos tipos de profundidades para adultos y niños. En una de las esquinas de la piscina hay una barra interior, donde las personas pueden disfrutar de sus bebidas dentro de la piscina. Para que los huéspedes puedan relajarse se cuenta con camas de bronceado y tres gazebos las cuales están diseñados con el concepto del hotel. En los gazebos los huéspedes tienen camas, almohadas, telas y otros artículos

para que sientan mayor privacidad y puedan descansar. Finalmente los huéspedes tienen a su acceso un baño donde hay un área para cambiarse, ducharse y tener a su alcance toallas.

- En la planta baja de la Torre B se cuenta con un área de servicio, en esta el personal tiene vestidores para cambiarse cómodamente, sillones donde puedan descansar en sus tiempos libres, baños y duchas para refrescarse después de sus turnos y lockers donde puedan dejar sus pertenencias.
- Para que los huéspedes se puedan relajar y divertir durante sus vacaciones se ha creado un área de entretenimiento, en el cual se cuenta con mesas de billa, ping-pong, fútbolín y cartas. En esta área los huéspedes también pueden acceder al menú para pedir picaditas o bebidas mientras juegan. Esta zona está conectada con un jardín de estilo japonés en la parte exterior. Esta área tiene como objetivo otro tipo de relajación en la cual las personas tengan contacto con la naturaleza y puedan disfrutar de un lugar tranquilo de lectura y descanso.
- En la planta baja de la Torre B está proyectado un bar con ingreso privado desde el lobby y desde el exterior del hotel, haciendo de éste un ambiente extrovertido y de fácil acceso tanto para huéspedes como para walk-ins. Este espacio está situado en la esquina del terreno y rompe el esquema de cerramiento general del hotel con mamparas de vidrio a media altura. Está equipado con una amplia barra y mesas para 60 personas. Es la única área del hotel que cuenta con piso flotante de bambú y decoración de agua en el patio central del bar.
- En la planta baja de la Torre B se cuenta con un ascensor para la movilización de los huéspedes y servicio. Hay un montacargas que sirve para transportar los linos y artículos de limpieza para la Torre B y sirve como apoyo para los recursos necesarios en el bar.

- En la planta baja de la Torre B se cuenta igualmente con gradas de emergencia.

El diseño y equipamiento de los pisos de habitaciones son los mismos, por lo cual Las dos torres están equipadas con tres ascensores y dos montacargas en total para la movilización de personas y artículos. Existen dos bodegas para la comodidad del servicio donde se encuentran linos y productos de limpieza que sean necesarios para la limpieza de los cuartos. Se cuenta con corredores muy cómodos para la circulación de personas y carros de servicio. Es importante mencionar que todos los cuartos están conectados entre sí para brindar la oportunidad a los huéspedes que combinen los mismos a su gusto. En el caso de emergencia se cuenta con una salida y gradas para que las personas puedan salir inmediatamente del hotel. Para no afectar la experiencia de algún cliente se han proyectado cuartos con balcones para que las personas que deseen lo usen como área de fumadores y no se contamine la parte interna con este olor.

Segundo Piso.

- En la Torre A del proyecto tenemos 4 habitaciones de TIPO B y 2 suites de TIPO C. En las primeras se cuenta con un baño completo, dos camas queen y 2 de ellas con balcón. Mientras que en las segundas hay dos baños completo, 3 camas queen, dos camas twin y balcón. En esta área de habitaciones hay una capacidad para 32 personas.
- En la Torre B del proyecto tenemos 4 habitaciones de TIPO A y 2 suites de TIPO C. Las primeras están equipadas con baño completo, una cama queen y 2 de ellas tienen balcón. Las segundas cuentan cada una de ellas con dos baños completos, 3 camas queen y 2 camas twin. En esta área de habitaciones hay una capacidad para 24 personas.

Tercer Piso.

- En la Torre A del proyecto tenemos 4 habitaciones de TIPO A y 4 habitaciones de TIPO B. En las primeras se cuenta con un baño completo, 1 cama queen y 2 de ellas con balcón. Mientras que en las segundas hay un baño completo, 2 camas queen y 2 de ellas con balcón. En esta área de habitaciones hay una capacidad para 24 personas.
- En la Torre B del proyecto tenemos 4 habitaciones de TIPO A y 2 suites de TIPO C. Las primeras están equipadas con baño completo, una cama queen y 2 de ellas tienen balcón. Las segundas cuentan cada una de ellas con dos baños completos, 3 camas queen, 2 camas twin y balcón. En esta área de habitaciones hay una capacidad para 24 personas.

Cuarto Piso.

- En la Torre A del proyecto tenemos 4 habitaciones de TIPO A y 4 habitaciones de TIPO B. En las primeras se cuenta con un baño completo y 1 cama queen. Mientras que en las segundas hay un baño completo y 2 camas queen. En esta área de habitaciones hay una capacidad para 24 personas.

Quinto Piso, Torre A.

- Este piso contempla dos ascensores, 1 montacargas, gradas de emergencia, 1 bodegas y amplios corredores.
- En el bloque delantero está dispuesto un cómodo y reconfortante spa, donde los huéspedes tienen la opción de acceder a diferentes tratamientos de relax y belleza como mesas de masajes con agua, pedicure, manicure, masajes con piedras calientes, choco terapia, entre otros. El spa cuenta con un baño privado. Finalmente alado del spa se cuenta con un área de jacuzzis, el cual está

ambientado con aromaterapia para que los huéspedes puedan relajar sus cuerpos y mentes.

- Con el objetivo de ofrecer una atracción diferente y atractiva a los huéspedes del hotel para sus momentos de ocio, en este piso se ofrece una amplia sala de cine con servicio de Netflix y horarios con películas de cartelera.
- Finalmente alado del cine hay una terraza con camas de bronceado para que los huéspedes aprovechen el clima privilegiado de la zona con mayor privacidad.

ALIMENTOS Y BEBIDAS

Como se ha mencionado previamente el área de alimentos y bebidas está dividida en tres áreas. Existe un restaurante en el hotel que tiene una capacidad para 48 personas y un bar con una capacidad de 60 personas que trabaja conjuntamente con una barra en la piscina. Se tiene como objetivo ofrecer un menú llamativo de bebidas ya que esta área quiere llamar la atención de clientes de fuera no solo para los huéspedes. En la parroquia de Tonsupa no hay un bar seguro y con un concepto atractivo por lo cual se cree que este bar puede ofrecer eso en la zona. Dentro del hotel los huéspedes pueden divertirse o relajarse en un spa, área de proyecciones, jacuzzi, área húmeda y lugares de bronceado es por esto que se ofrece diferentes picaditas que puedan ser consumidas en cualquier momento.

El restaurante del hotel está compuesto por 12 mesas con una capacidad de 4 personas cada una, en la mitad del lugar hay una isla que sirve para el buffet del desayuno y como mesas auxiliares durante el almuerzo y cena. El restaurante posee una cocina que se encuentra alado de la misma con el objetivo que las personas de servicio puedan trabajar eficientemente. Dentro

de la cocina hay una despensa y un cuarto frío, los cuales cuentan con un montacargas que transporta los recursos alimenticios desde el subsuelo.

El hotel cuenta con un bar que tiene 15 mesas con una capacidad de 4 personas cada una, este trabaja en conjunto con una barra en el interior de la piscina. Este bar se encuentra en la esquina del hotel y rompe con el concepto de introversión del mismo, ya que está construido con mamparas de vidrio para llamar la atención del público de fuera. El bar también cuenta con un montacargas que transporta las bebidas y artículos desde el subsuelo.

Para una mejor estimación de costos y precios de venta se realizaron recetas estándar de algunos platos del menú. Se ha determinado que el costo total de alimentos y bebidas en un escenario real es de \$239,969.3.

Desayuno:

El precio que se ha establecido para un desayuno buffet es de \$10.00 por persona. El cual incluye:

- Huevos Revueltos
- Tigrillo
- Bolón de verde con queso
- Bolón de verde con chicharrón
- Mini sanduche #1: pan, queso, tomate, jamón y mayonesa.
- Mini sanduche #2: pan integral, queso, lechuga, champiñones y chimichurri
- Ensalada de frutas: sandía, melón, piña, plátano y naranja

RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE PLATO:		HUEVOS REVUELTOS		TIPO RECETA			
# PORCIONES:		120		Básica	Complementaria		
PESO PORCIÓN:		50 gr		X			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIOS DE COMPRA		
Huevos	unidad	240	\$ 0.14000	\$ 33.60	\$ 0.14	unidad	1
Aceite	cc	300	\$ 0.00116	\$ 0.35	\$ 1.16	litro	1000
Subtotal				\$ 33.95			
Extras			4%	\$ 1.36			
COSTO TOTAL MP				\$ 35.31			
COSTO X PORCIÓN				\$ 0.29			
COSTO X GRAMO				\$ 0.00588			
PRECIO DE VENTA	0.84						

Figura 8. Huevos Revueltos

RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE PLATO:		TIGRILLO		TIPO RECETA			
# PORCIONES:		120		Básica	Complementaria		
PESO PORCIÓN:		200 gr		X			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIOS DE COMPRA		
Huevos	unidad	120	\$ 0.14000	\$ 16.80	\$ 0.14	unidad	1
Verde	unidad	180	\$ 0.12000	\$ 21.60	\$ 0.12	unidad	1
Leche	cc	4000	\$ 0.00080	\$ 3.20	\$ 0.80	litro	1000
Queso	gr	3000	\$ 0.00968	\$ 29.04	\$ 9.68	kilogramo	1000
Aceite	cc	750	\$ 0.00116	\$ 0.87	\$ 1.16	litro	1000
Subtotal				\$ 71.51			
Extras			4%	\$ 2.86			
COSTO TOTAL MP				\$ 74.37			
COSTO X PORCIÓN				\$ 0.62			
COSTO X GRAMO				\$ 0.00310			
PRECIO DE VENTA	1.77						

Figura 9. Tigrillo

RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE PLATO:		BOLON DE VERDE (queso)		TIPO RECETA			
# PORCIONES:		120		Básica	Complementaria		
PESO PORCIÓN:		150 gr		X			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIOS DE COMPRA		
Verde	unidad	120	\$ 0.12000	\$ 14.40	\$ 0.12	unidad	1
Queso	gr	1000	\$ 0.00968	\$ 9.68	\$ 9.68	kilogramo	1000
Aceite	cc	1000	\$ 0.00116	\$ 1.16	\$ 1.16	litro	1000
Subtotal				\$ 25.24			
Extras			4%	\$ 1.01			
COSTO TOTAL MP				\$ 26.25			
COSTO X PORCIÓN				\$ 0.22			
COSTO X GRAMO				\$ 0.00146			
PRECIO DE VENTA	0.62						

Figura 10. Bolón de verde con queso

RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE PLATO:		BOLON DE VERDE (chicharrón)		TIPO RECETA			
# PORCIONES:		120		Básica	Complementaria		
PESO PORCIÓN:		175 gr		X			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIOS DE COMPRA		
Verde	unidad	120	\$ 0.12000	\$ 14.40	\$ 0.12	unidad	1
Chicharrón	gr	2000	\$ 0.01350	\$ 27.00	\$ 13.50	kilogramo	1000
Aceite	cc	1000	\$ 0.00116	\$ 1.16	\$ 1.16	litro	1000
Subtotal				\$ 42.56			
Extras			4%	\$ 1.70			
COSTO TOTAL MP				\$ 44.26			
COSTO X PORCIÓN				\$ 0.37			
COSTO X GRAMO				\$ 0.00211			
PRECIO DE VENTA	1.05						

Figura 11. Bolón de verde chicharrón

RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE PLATO:		MINI-SANDUCHE #1		TIPO RECETA			
# PORCIONES:		120		Básica	Complementaria		
PESO PORCIÓN:		45 gr		X			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIOS DE COMPRA		
Pan	unidad	120	\$ 0.14000	\$ 16.80	\$ 0.14	unidad	1
Queso	gr	2000	\$ 0.01350	\$ 27.00	\$ 13.50	kilogramo	1000
Tomate	unidad	18	\$ 0.10000	\$ 1.80	\$ 0.10	unidad	1
Mayonesa	gr	1000	\$ 0.00650	\$ 6.50	\$ 6.50	kilogramo	1000
Jamón	gr	480	\$ 0.01180	\$ 5.66	\$ 11.80	kilogramo	1000
Subtotal				\$ 57.76			
Extras			4%	\$ 2.31			
COSTO TOTAL MP				\$ 60.07			
COSTO X PORCIÓN				\$ 0.50			
COSTO X GRAMO				\$ 0.01112			
PRECIO DE VENTA	1.43						

Figura 12. Sanduche 1

RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE PLATO:		MINI-SANDUCHE #2		TIPO RECETA			
# PORCIONES:		120		Básica	Complementaria		
PESO PORCIÓN:		45 gr		X			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIOS DE COMPRA		
Pan Integral	unidad	120	\$ 0.18000	\$ 21.60	\$ 0.18	unidad	1
Queso	gr	2000	\$ 0.01350	\$ 27.00	\$ 13.50	kilogramo	1000
Lechuga	gr	600	\$ 0.00545	\$ 3.27	\$ 5.45	kilogramo	1000
Champiñones	gr	500	\$ 0.01433	\$ 7.17	\$ 14.33	kilogramo	1000
Chimichurri	cc	250	\$ 0.00359	\$ 0.90	\$ 3.59	litro	1000
Subtotal				\$ 59.93			
Extras			4%	\$ 2.40			
COSTO TOTAL MP				\$ 62.33			
COSTO X PORCIÓN				\$ 0.52			
COSTO X GRAMO				\$ 0.01154			
PRECIO DE VENTA	1.48						

Figura 13. Sanduche 2

RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE PLATO: ENSALADA DE FRUTAS			TIPO RECETA				
# PORCIONES: 120			Básica	Complementaria			
PESO PORCIÓN: 150 gr			X				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIOS DE COMPRA		
Sandía	gr	120	\$ 0.00520	\$ 0.62	\$ 5.20	kilogramo	1000
Melón	gr	2000	\$ 0.00430	\$ 8.60	\$ 4.30	kilogramo	1000
Piña	gr	600	\$ 0.00395	\$ 2.37	\$ 3.95	kilogramo	1000
Plátano	gr	500	\$ 0.00280	\$ 1.40	\$ 2.80	kilogramo	1000
Naranja	cc	250	\$ 0.00165	\$ 0.41	\$ 1.65	litro	1000
Subtotal				\$ 13.41			
Extras			4%	\$ 0.54			
COSTO TOTAL MP				\$ 13.94			
COSTO X PORCIÓN				\$ 0.12			
COSTO X GRAMO				\$ 0.00077			
PRECIO DE VENTA			0.33				

Figura 14. Ensalada de frutas

Almuerzo y Cena:

El precio promedio que se ha establecido para los platos a la carta durante el almuerzo y cena es de \$9.60 por persona. El cual incluye:

- Arroz Mixto
- Camarones al Ajillo
- Encocado de pescado
- Conchas Asadas
- Encebollado
- Arroz con camarón
- Cebiche con camarón
- Cebiche con concha
- Ceviche con pescado
- Empanada de queso
- Empanada de camarón
- Arroz, filete de pescado y menestra
- Arroz, carne, menestra
- Mini brochetas de pollo

RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE PLATO:			TIPO RECETA				
# PORCIONES:			Básica	Complementaria			
PESO PORCIÓN:			X				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIOS DE COMPRA		
Arroz	gr	12000	\$ 0.00136	\$ 16.32	\$ 1.36	kilogramo	1000
Camarones	gr	9000	\$ 0.02375	\$ 213.75	\$ 23.75	kilogramo	1000
Concha	gr	9000	\$ 0.01875	\$ 168.75	\$ 18.75	kilogramo	1000
Aceite	cc	1500	\$ 0.00116	\$ 1.74	\$ 1.16	litro	1000
Mano de ajo	unidad	1	\$ 0.90000	\$ 0.90	\$ 0.90	unidad	1
Tomate	unidad	20	\$ 0.10000	\$ 2.00	\$ 0.10	unidad	1
Cebolla	unidad	20	\$ 0.12000	\$ 2.40	\$ 0.12	unidad	1
Maduros	unidad	20	\$ 0.12000	\$ 2.40	\$ 0.12	unidad	1
Pimiento	unidad	20	\$ 0.15000	\$ 3.00	\$ 0.15	unidad	1
Subtotal				\$ 411.26			
Extras			4%	\$ 16.45			
COSTO TOTAL MP				\$ 427.71			
COSTO X PORCIÓN				\$ 3.56			
COSTO X GRAMO				\$ 0.00891			
PRECIO DE VENTA				10.18			

Figura 15. Arroz Mixto

RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE PLATO:			TIPO RECETA				
# PORCIONES:			Básica	Complementaria			
PESO PORCIÓN:			X				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIOS DE COMPRA		
Arroz	gr	10000	\$ 0.00136	\$ 13.60	\$ 1.36	kilogramo	1000
Camarones	gr	18000	\$ 0.02375	\$ 427.50	\$ 23.75	kilogramo	1000
Tomate	unidad	60	\$ 0.10000	\$ 6.00	\$ 0.10	unidad	1
Aji	unidad	20	\$ 0.07000	\$ 1.40	\$ 0.07	unidad	1
Mano de ajo	unidad	6	\$ 0.90000	\$ 5.40	\$ 0.90	unidad	1
Perejil	gr	1000	\$ 0.00250	\$ 2.50	\$ 0.25	100 gramos	100
Aceite	cc	1680	\$ 0.00116	\$ 1.95	\$ 1.16	litro	1000
Vino Blanco	cc	3360	\$ 0.00429	\$ 14.41	\$ 4.29	litro	1000
Verde	unidad	40	\$ 0.12000	\$ 4.80	\$ 0.12	unidad	1
Subtotal				\$ 477.56			
Extras			4%	\$ 19.10			
COSTO TOTAL MP				\$ 496.67			
COSTO X PORCIÓN				\$ 4.14			
COSTO X GRAMO				\$ 0.01035			
PRECIO DE VENTA				11.83			

Figura 16. Camarones al ajillo

RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE PLATO:		ENCOCADO DE PESCADO		TIPO RECETA			
# PORCIONES:		120		Básica	Complementaria		
PESO PORCIÓN:		400 gr		X			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIOS DE COMPRA		
Arroz	gr	10000	\$ 0.00136	\$ 13.60	\$ 1.36	kilogramo	1000
Pescado	gr	24000	\$ 0.00990	\$ 237.60	\$ 9.90	kilogramo	1000
Leche	cc	7500	\$ 0.00080	\$ 6.00	\$ 0.80	litro	1000
Cebolla Paiteña	unidad	30	\$ 0.10000	\$ 3.00	\$ 0.10	unidad	1
Cebolla Blanca	unidad	15	\$ 0.08000	\$ 1.20	\$ 0.08	unidad	1
Pimiento	unidad	30	\$ 0.15000	\$ 4.50	\$ 0.15	unidad	1
Perejil	gr	1000	\$ 0.00250	\$ 2.50	\$ 0.25	100 gramos	100
Cilantro	gr	1000	\$ 0.00250	\$ 2.50	\$ 0.25	100 gramos	100
Mano de ajo	unidad	6	\$ 0.90000	\$ 5.40	\$ 0.90	unidad	1
Aceite	cc	900	\$ 0.00116	\$ 1.04	\$ 1.16	litro	1000
Verde	unidad	40	\$ 0.12000	\$ 4.80	\$ 0.12	unidad	1
Tomate	unidad	30	\$ 0.10000	\$ 3.00	\$ 0.10	unidad	1
Coco	unidad	30	\$ 1.20000	\$ 36.00	\$ 1.20	unidad	1
Subtotal				\$ 321.14			
Extras			4%	\$ 12.85			
COSTO TOTAL MP				\$ 333.99			
COSTO X PORCIÓN				\$ 2.78			
COSTO X GRAMO				\$ 0.00696			
PRECIO DE VENTA			7.95				

Figura 17. Encocado de pescado

RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE PLATO:		CONCHAS ASADAS		TIPO RECETA			
# PORCIONES:		120		Básica	Complementaria		
PESO PORCIÓN:		400 gr		X			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIOS DE COMPRA		
Concha	gr	27000	\$ 0.01825	\$ 492.75	\$ 18.25	kilogramo	1000
Limón	unidad	400	\$ 0.03000	\$ 12.00	\$ 0.03	unidad	1
Cebolla	unidad	40	\$ 0.10000	\$ 4.00	\$ 0.10	unidad	1
Verde	unidad	35	\$ 0.12000	\$ 4.20	\$ 0.12	unidad	1
Ají	unidad	15	\$ 0.07000	\$ 1.05	\$ 0.07	unidad	1
Aceite	cc	1000	\$ 0.00116	\$ 1.16	\$ 1.16	litro	1000
Cilantro	gr	1500	\$ 0.00250	\$ 3.75	\$ 0.25	100 gramos	100
Subtotal				\$ 518.91			
Extras			4%	\$ 20.76			
COSTO TOTAL MP				\$ 539.67			
COSTO X PORCIÓN				\$ 4.50			
COSTO X GRAMO				\$ 0.01124			
PRECIO DE VENTA			12.85				

Figura 18. Conchas asadas

RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE PLATO:		ENCEBOLLADO		TIPO RECETA			
# PORCIONES:		120		Básica	Complementaria		
PESO PORCIÓN:		550 gr		X			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIOS DE COMPRA		
Pescado	gr	11000	\$ 0.00990	\$ 108.90	\$ 9.90	kilogramo	1000
Hierba Buena	gr	1000	\$ 0.00550	\$ 5.50	\$ 0.55	100 gramos	100
Cebolla colorada	unidad	60	\$ 0.12000	\$ 7.20	\$ 0.12	unidad	1
Cebolla blanca	unidad	60	\$ 0.08000	\$ 4.80	\$ 0.08	unidad	1
Tomate	unidad	150	\$ 0.10000	\$ 15.00	\$ 0.10	unidad	1
Yuca	unidad	130	\$ 0.40000	\$ 52.00	\$ 0.40	unidad	1
Mano de ajo	unidad	5	\$ 0.90000	\$ 4.50	\$ 0.90	unidad	1
Aceite	cc	1000	\$ 0.00116	\$ 1.16	\$ 1.16	litro	1000
Limon	unidad	240	\$ 0.05000	\$ 12.00	\$ 0.05	unidad	1
Subtotal				\$ 211.06			
Extras			4%	\$ 8.44			
COSTO TOTAL MP				\$ 219.50			
COSTO X PORCIÓN				\$ 1.83			
COSTO X GRAMO				\$ 0.00333			
PRECIO DE VENTA				5.23			

Figura 19. Encebollado

RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE PLATO:		ARROZ CON CAMARON		TIPO RECETA			
# PORCIONES:		120		Básica	Complementaria		
PESO PORCIÓN:		400 gr		X			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIOS DE COMPRA		
Arroz	gr	12000	\$ 0.00136	\$ 16.32	\$ 1.36	kilogramo	1000
Camarones	gr	9000	\$ 0.02375	\$ 213.75	\$ 23.75	kilogramo	1000
Aceite	cc	1500	\$ 0.00116	\$ 1.74	\$ 1.16	litro	1000
Mano de ajo	unidad	1	\$ 0.90000	\$ 0.90	\$ 0.90	unidad	1
Tomate	unidad	15	\$ 0.10000	\$ 1.50	\$ 0.10	unidad	1
Cebolla	unidad	15	\$ 0.12000	\$ 1.80	\$ 0.12	unidad	1
Leche de coco	cc	3750	\$ 0.00475	\$ 17.81	\$ 4.75	litro	1000
Maduros	unidad	20	\$ 0.12000	\$ 2.40	\$ 0.12	unidad	1
Pimiento	unidad	15	\$ 0.15000	\$ 2.25	\$ 0.15	unidad	1
Subtotal				\$ 258.47			
Extras			4%	\$ 10.34			
COSTO TOTAL MP				\$ 268.81			
COSTO X PORCIÓN				\$ 2.24			
COSTO X GRAMO				\$ 0.00560			
PRECIO DE VENTA				6.40			

Figura 20. Arroz con camarón

RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE PLATO:		CEBICHE CON CAMARON		TIPO RECETA			
# PORCIONES:		120		Básica	Complementaria		
PESO PORCIÓN:		350 gr		X			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIOS DE COMPRA		
Camarones	gr	9000	\$ 0.02375	\$ 213.75	\$ 23.75	kilogramo	1000
Limon	unidad	240	\$ 0.05000	\$ 12.00	\$ 0.05	unidad	1
Tomate	unidad	240	\$ 0.10000	\$ 24.00	\$ 0.10	unidad	1
Cebolla	unidad	120	\$ 0.12000	\$ 14.40	\$ 0.12	unidad	1
Naranja	unidad	480	\$ 0.10000	\$ 48.00	\$ 0.10	unidad	1
Aceite	cc	1000	\$ 0.00116	\$ 1.16	\$ 1.16	litro	1000
Salsa de tomate	gr	4000	\$ 0.00525	\$ 21.00	\$ 5.25	kilogramo	1000
Perejil	gr	1000	\$ 0.00250	\$ 2.50	\$ 0.25	100 gramos	100
Subtotal				\$ 336.81			
Extras			4%	\$ 13.47			
COSTO TOTAL MP				\$ 350.28			
COSTO X PORCIÓN				\$ 2.92			
COSTO X GRAMO				\$ 0.00834			
PRECIO DE VENTA			8.34				

Figura 21. Ceviche con camarón

RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE PLATO:		CEBICHE CON CONCHA		TIPO RECETA			
# PORCIONES:		120		Básica	Complementaria		
PESO PORCIÓN:		350 gr		X			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIOS DE COMPRA		
Concha	gr	12000	\$ 0.01825	\$ 219.00	\$ 18.25	kilogramo	1000
Limon	unidad	240	\$ 0.05000	\$ 12.00	\$ 0.05	unidad	1
Tomate	unidad	240	\$ 0.10000	\$ 24.00	\$ 0.10	unidad	1
Cebolla	unidad	120	\$ 0.12000	\$ 14.40	\$ 0.12	unidad	1
Naranja	unidad	480	\$ 0.10000	\$ 48.00	\$ 0.10	unidad	1
Aceite	cc	1000	\$ 0.00116	\$ 1.16	\$ 1.16	litro	1000
Perejil	gr	1000	\$ 0.00250	\$ 2.50	\$ 0.25	100 gramos	100
Subtotal				\$ 321.06			
Extras			4%	\$ 12.84			
COSTO TOTAL MP				\$ 333.90			
COSTO X PORCIÓN				\$ 2.78			
COSTO X GRAMO				\$ 0.00795			
PRECIO DE VENTA			7.95				

Figura 22. Ceviche con concha

RECETA ESTÁNDAR								
NOMBRE PLATO:			CEBICHE CON PESCADO			TIPO RECETA		
# PORCIONES:			120			Básica	Complementaria	
PESO PORCIÓN:			350 gr			X		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIOS DE COMPRA			
Pescado	gr	11000	\$ 0.00990	\$ 108.90	\$ 9.90	kilogramo	1000	
Limon	unidad	240	\$ 0.05000	\$ 12.00	\$ 0.05	unidad	1	
Cebolla	unidad	120	\$ 0.12000	\$ 14.40	\$ 0.12	unidad	1	
Naranja	unidad	480	\$ 0.10000	\$ 48.00	\$ 0.10	unidad	1	
Aceite	cc	1000	\$ 0.00116	\$ 1.16	\$ 1.16	litro	1000	
Perejil	gr	1000	\$ 0.00250	\$ 2.50	\$ 0.25	100 gramos	100	
Subtotal				\$ 186.96				
Extras			4%	\$ 7.48				
COSTO TOTAL MP				\$ 194.44				
COSTO X PORCIÓN				\$ 1.62				
COSTO X GRAMO				\$ 0.00463				
PRECIO DE VENTA				4.63				

Figura 23. Ceviche con pescado

Cuadro #69. Receta Estándar #17

RECETA ESTÁNDAR								
NOMBRE PLATO:			EMPANADA DE CAMARON			TIPO RECETA		
# PORCIONES:			120			Básica	Complementaria	
PESO PORCIÓN:			100 gr			X		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIOS DE COMPRA			
Verde	unidad	120	\$ 0.12000	\$ 14.40	\$ 0.12	unidad	1	
Camaron	gr	4000	\$ 0.02375	\$ 95.00	\$ 23.75	kilogramo	1000	
Aceite	cc	1000	\$ 0.00116	\$ 1.16	\$ 1.16	litro	1000	
Subtotal				\$ 110.56				
Extras			4%	\$ 4.42				
COSTO TOTAL MP				\$ 114.98				
COSTO X PORCIÓN				\$ 0.96				
COSTO X GRAMO				\$ 0.00958				
PRECIO DE VENTA				2.74				

Figura 24. Empanada de camarón

RECETA ESTÁNDAR								
NOMBRE PLATO:			EMPANADA DE QUESO			TIPO RECETA		
# PORCIONES:			120			Básica	Complementaria	
PESO PORCIÓN:			100 gr			X		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIOS DE COMPRA			
Verde	unidad	120	\$ 0.12000	\$ 14.40	\$ 0.12	unidad	1	
Queso	gr	1000	\$ 0.00968	\$ 9.68	\$ 9.68	kilogramo	1000	
Aceite	cc	1000	\$ 0.00116	\$ 1.16	\$ 1.16	litro	1000	
Subtotal				\$ 25.24				
Extras			4%	\$ 1.01				
COSTO TOTAL MP				\$ 26.25				
COSTO X PORCIÓN				\$ 0.22				
COSTO X GRAMO				\$ 0.00219				
PRECIO DE VENTA				0.62				

Figura 25. Empanada de queso

RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE PLATO:		ARROZ, FILETE PESCADO, MENESTRA		TIPO RECETA			
# PORCIONES:		120		Básica	Complementaria		
PESO PORCIÓN:		400 gr		X			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIOS DE COMPRA		
Arroz	gr	10000	\$ 0.00136	\$ 13.60	\$ 1.36	kilogramo	1000
Pescado	gr	7000	\$ 0.01130	\$ 79.10	\$ 11.30	kilogramo	1000
Lenteja	gr	4800	\$ 0.00334	\$ 16.03	\$ 3.34	kilogramo	1000
Queso	gr	2500	\$ 0.00968	\$ 24.20	\$ 9.68	kilogramo	1000
Verde	unidad	60	\$ 0.12000	\$ 7.20	\$ 0.12	unidad	1
Perejil	gr	420	\$ 0.00250	\$ 1.05	\$ 0.25	100 gramos	100
Aceite	cc	2500	\$ 0.00116	\$ 2.90	\$ 1.16	litro	1000
Subtotal				\$ 144.08			
Extras			4%	\$ 5.76			
COSTO TOTAL MP				\$ 149.85			
COSTO X PORCIÓN				\$ 1.25			
COSTO X GRAMO				\$ 0.00312			
PRECIO DE VENTA			3.57				

Figura 26. Arroz, filete de pescado

RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE PLATO:		ARROZ, CARNE, MENESTRA		TIPO RECETA			
# PORCIONES:		120		Básica	Complementaria		
PESO PORCIÓN:		400 gr		X			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIOS DE COMPRA		
Arroz	gr	10000	\$ 0.00136	\$ 13.60	\$ 1.36	kilogramo	1000
Carne	gr	8500	\$ 0.00835	\$ 70.98	\$ 8.35	kilogramo	1000
Lenteja	gr	4800	\$ 0.00334	\$ 16.03	\$ 3.34	kilogramo	1000
Queso	gr	2500	\$ 0.00968	\$ 24.20	\$ 9.68	kilogramo	1000
Verde	unidad	60	\$ 0.12000	\$ 7.20	\$ 0.12	unidad	1
Perejil	gr	420	\$ 0.00250	\$ 1.05	\$ 0.25	100 gramos	100
Aceite	cc	2500	\$ 0.00116	\$ 2.90	\$ 1.16	litro	1000
Subtotal				\$ 135.96			
Extras			4%	\$ 5.44			
COSTO TOTAL MP				\$ 141.40			
COSTO X PORCIÓN				\$ 1.18			
COSTO X GRAMO				\$ 0.00295			
PRECIO DE VENTA			3.37				

Figura 27. Arroz, filete de carne

RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE PLATO:		MINI BROCHETA DE POLLO		TIPO RECETA			
# PORCIONES:		120		Básica	Complementaria		
PESO PORCIÓN:		75 gr		X			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIOS DE COMPRA		
Pollo	gr	8500	\$ 0.00876	\$ 74.46	\$ 8.76	kilogramo	1000
Pimiento	unidad	50	\$ 0.15000	\$ 7.50	\$ 0.15	unidad	1
Aceite	cc	500	\$ 0.00116	\$ 0.58	\$ 1.16	litro	1000
Cebolla	gr	50	\$ 0.00012	\$ 0.01	\$ 0.12	kilogramo	1000
Subtotal				\$ 82.55			
Extras			4%	\$ 3.30			
COSTO TOTAL MP				\$ 85.85			
COSTO X PORCIÓN				\$ 0.72			
COSTO X GRAMO				\$ 0.00954			
PRECIO DE VENTA			2.04				

Figura 28. Mini brocheta de pollo

Postres:

El precio promedio que se ha establecido para los postres es de \$3.50 por persona. El cual incluye:

- Torta Helada: (maracuyá, naranjilla, mora, coco, guanábana, limón, chocolate, vainilla)
- Mousse (maracuyá, chocolate, tiramisú)
- Canasta de frutillas, moras o frambuesas
- Brownies

Picaditas:

El precio promedio que se ha establecido para las picaditas es de \$2.75 por persona. El cual incluye:

- Porción de patacones
- Porción de pastel de maduro
- Porción de papas fritas
- Porción de canguil con chifles
- Porción de muchines
- Empanada de queso
- Empanada de camarón
- Bolón de verde con queso
- Bolón con chicharrón
- Mini brochetas de camarón

Bebidas:

Las bebidas están divididas en: alcohólicas, jugos y batidos. Los cocteles tienen un precio promedio de \$5.30, los jugos de \$1.50 y los batidos \$2.00.

- Screwdriver
- Mojito
- Margarita
- Manhattan
- Alexandria
- Piña Colada
- Bloody Mary
- Daiquiri
- Caipiriña
- Cuba Libre
- Cerveza
- Saltamontes
- Mimosa
- Cosmopolitan
- Gin Tonic
- Tom Collins
- Jugos (limón, naranja, naranjilla, maracuyá, mora, coco, tamarindo, sandía, frutilla, piña)
- Batidos (coco, mora, naranjilla, frutilla, menta, guineo, frambuesa, guanábana, durazno, taxo)

RECETA: SCREWDRIVER					
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unidad	Costo Total	
Vodka	onz	2	1.03	13.44	1 botella contiene 26 onz
Jugo de naranja	onz	4	0.28	2.35	1 litro contiene 33.81 onz
Hielo	unidad	8	0.11	0.8	1 funda de hielos contiene 60 hielos
Sorbetes	unidad	1	0.05	2.58	1 funda contiene 50 sorbetes
Servilletas	unidad	2	0.05	2.52	1 funda contiene 100 servilletas
Total			1.52		
Precio de venta			4.61		

RECETA: MOJITO					
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unidad	Costo Total	
Ron	onz	1.5	0.75	12.94	1 botella contiene 26 onz
Jugo de limón	onz	1	0.07	1.10	1 botella contiene 500 cc
Hierba Buena	gr	3	0.03	0.55	100 gramos
Azúcar	gr	36	0.04	2.06	1 funda contiene 2 kilogramos
Hielo	unidad	8	0.11	0.8	1 funda de hielos contiene 60 hielos
Soda	cc	59	0.05	2.30	1 botella contiene 3 litros
Sorbetes	unidad	1	0.05	2.58	1 funda contiene 50 sorbetes
Servilletas	unidad	2	0.05	2.52	1 funda contiene 100 servilletas
Total			1.14		
Precio de venta			3.44		

RECETA: MARGARITA					
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unidad	Costo Total	
Tequila	onz	2	1.50	19.49	1 botella contiene 26 onz
Triple Sec	onz	1	0.35	8.98	1 botella contiene 26 onz
Jugo de limón	onz	1	0.07	1.1	1 botella contiene 500 cc
Hielo	unidad	8	0.11	0.80	1 funda de hielos contiene 60 hielos
Sorbetes	unidad	1	0.05	2.58	1 funda contiene 50 sorbetes
Servilletas	unidad	2	0.05	2.52	1 funda contiene 100 servilletas
Total			2.12		
Precio de venta			6.42		

RECETA: MANHATTAN					
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unidad	Costo Total	
Whisky	onz	1.5	1.48	25.57	1 botella contiene 26 onz
Vermouth Rojo	onz	0.5	0.46	23.97	1 botella contiene 26 onz
Hielo	unidad	3	0.04	0.80	1 funda de hielos contiene 60 hielos
Sorbetes	unidad	1	0.05	2.58	1 funda contiene 50 sorbetes
Servilletas	unidad	2	0.05	2.52	1 funda contiene 100 servilletas
Total			2.08		
Precio de venta			6.30		

RECETA: ALEXANDRIA					
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unidad	Costo Total	
Gin	onz	0.5	0.22	11.45	1 botella contiene 26 onz
Crema de leche	onz	0.5	0.07	1.40	una lata contiene 10.58 onz
Crema de Cacao	onz	0.5	0.49	25.28	1 botella contiene 26 onz
Hielo	unidad	3	0.04	0.80	1 funda de hielos contiene 60 hielos
Sorbetes	unidad	1	0.05	2.58	1 funda contiene 50 sorbetes
Servilletas	unidad	2	0.05	2.52	1 funda contiene 100 servilletas
Total			0.91		
Precio de venta			2.77		

Figura 29. Recetas estándar bebidas

RECURSOS HUMANOS

El momento de realizar un plan de negocio se debe resaltar la importancia del departamento de Recursos Humanos. Este tiene como primer objetivo la confluencia de los objetivos del personal y los del negocio. Las empresas deben considerar a su personal como el recurso máspreciado y se debe lograr que los mismos puedan responder favorablemente y con voluntad a los objetivos y oportunidades que se presenten. Se debe lograr que todos los empleados obtengan satisfacción de sus responsabilidades y que se encuentren en un ambiente de motivación y alegría. “Esto requiere que gente adecuada, con la combinación correcta de conocimientos y habilidades, se encuentre en el lugar y en el momento adecuado para desempeñar el trabajo necesario” (Rodríguez 2014).

Se han establecido pasos clave que el departamento de Recursos Humanos implementará, con el objetivo que el Hotel Boutique sea un negocio eficiente y mantenga relaciones a largo plazo con sus empleados. Este es un hotel que ofrece servicios y facilidades de diferente tipo, por lo cual se debe contar con un mínimo de 39 personas que cumplan con las responsabilidades y cargos necesarios.

Se ha realizado una descripción de puestos para establecer específicamente las tareas y responsabilidades de cada cargo. Este paso es esencial para no tener falta o exceso de personal y que los empleados potenciales tengan muy claro los objetivos del puesto. Las descripciones de puestos administrativos y operativos son las siguientes:

Puesto	Gerente General
Rol	Encargado de planificar, organizar, dirigir, controlar, analizar, calcular y deducir las actividades y objetivos de la empresa y personal.
Responsabilidades	Representar al hotel ante autoridades y entidades públicas
	Supervisar cumplimiento de de normas laborales y administrativas
	Obtener máximo rendimiento de cada uno de los departamentos del hotel. Coordinar actividades y delegar responsabilidades
Requerimientos	Título profesional
	Mínimo 5 años de experiencia técnica y administrativa
Competencias	Análisis y toma de decisiones
	Capacidad de negociación y solución de problemas
	Habilidad de liderazgo y persuasión
Conocimientos	Idiomas:mínimo inglés
	Amplia cultura general
	Resolución de conflictos

Puesto	Front Desk
Rol	Encargado del registro de entrada y salida de huéspedes, cumplir con requerimientos de los clientes y supervisión de las operaciones y procedimientos establecidos.
Responsabilidades	Trámites de registro de huéspedes
	Ventas de cuartos disponibles a walk-in
	Revisión de cobros y facturas de los diferentes departamentos.
Requerimientos	Título profesional
	Mínimo 1 año de experiencia en negocios hoteleros
Competencias	Atención al cliente y comunicación
	Efectividad en trabajo en equipo
	Amabilidad y tolerancia
Conocimientos	Sistemas de reservación
	Idiomas: mínimo inglés
	Tarifas y principios de Hotelería

Puesto	Guardián
Rol	Encargado de la seguridad de las instalaciones del hotel, personal y huéspedes
Responsabilidades	Estar pendiente de todas las personas que ingresan y salen del hotel
	Ejecutar medidas de seguridad para proteger a huéspedes y personal
	Supervisar movimientos sospechosos en las cámaras de seguridad
Requerimientos	Título secundario
	1 año de experiencia
Competencias	Amabilidad
	Habilidad para escuchar y seguir ordenes
	Capacidad de mantener la calma
Conocimientos	Tener conocimientos de defensa personal
	Primeros auxilios
	Manejo de armas

Puesto	Gerente Alimentos y Bebidas
Rol	Encargado de la administración, planificación y preparación del área maximizando la eficiencia de los recursos y ofreciendo productos que satisfagan las expectativas del cliente
Responsabilidades	Controlar reservas y disposición de mesas
	Promocionar venta de productos según el perfil del cliente
	Mantener y mejorar el nivel de costos de alimentos y bebidas
Requerimientos	Título profesional en administración de Alimentos y Bebidas
	Mínimo 5 años de experiencia
Competencias	Alto estándar de servicio
	Responsable y organizado
	Capacidad de negociación
Conocimientos	Etiqueta y protocolo
	Seguridad alimentaria
	Manejo de software para alimentos y bebidas

Puesto	Steward
Rol	Encargado de la limpieza y orden de la cocina
Responsabilidades	Limpieza de equipos y vajilla de cocina
	Acomodar loza y cristalería
	Controla temperatura de máquinas
Requerimientos	Título secundario
	1 año de experiencia
Competencias	Responsable
	Organizado
	Paciencia y habilidad de escuchar
Conocimientos	Manejo de químicos en productos de limpieza
	Uso de equipos de cocina
	Usos de vajillería y cristalería

Puesto	Chef Ejecutivo
Rol	Responsable de supervisar, organizar y dirigir la operación en la cocina.
Responsabilidades	Creación de platos
	Elaborar pedidos de materia prima
	Elaboración del menú
Requerimientos	Título profesional arte culinario
	Mínimo 1 año de experiencia
Competencias	Creativo e innovador
	Puntual
	Tolerante
Conocimientos	Manejo de presupuestos
	Elaboración de minutas
	Platos de diferentes culturas

Puesto	Gerente de Marketing
Rol	Responsable de la verificación de la compra y venta del servicio y coordinación de publicidad.
Responsabilidades	Planeación y presupuesto de ventas
	Orientar y motivar a los vendedores
	Análisis de volúmen de ventas, gastos y utilidades.
Requerimientos	Título profesional
	Mínimo 3 años de experiencia
Competencias	Negociación y cierre de proyectos
	Dispuesta al cambio
	Persuasivo
Conocimientos	Técnicas de venta
	Conocimiento del mercado y sus cambios
	Elaboración de presupuestos

Puesto	Gerente Recursos Humanos
Rol	Responsable de seleccionar el personal con las competencias adecuada, ubicar a la persona adecuada en el puesto adecuado y estar al tanto de sus necesidades
Responsabilidades	Manejo de documentos de alta confiabilidad
	Reclutamiento y selección de personal
	Presupuesto y administración de nómina de personal
Requerimientos	Título profesional
	4 años de experiencia
Competencias	Confiante
	Fluidez verbal
	Personalidad equilibrada
Conocimientos	Psicología organizacional
	Principios de contabilidad
	Características principales de diferentes culturas

Puesto	Camarera
Rol	Responsable de la limpieza del área de habitaciones garantizando una excelente calidad
Responsabilidades	Ventilar habitaciones y revisar mantenimiento
	Manejo y cuidado de amenities
	Constante revisión de habitaciones
Requerimientos	Título secundario
	1 año de experiencia
Competencias	Amable y con espíritu de servicio
	Eficiente con el tiempo
	Soportar cansancio físico
Conocimientos	Manejo de productos de limpieza
	Formatos y estándares de limpieza
	Tipos de habitaciones y características

Puesto	Botones
Rol	Encargado de ayudar a los huéspedes con su equipaje
Responsabilidades	Porporcionar información a los huéspedes de la zona
	Ayudar a cargar objetos pesados
	Cerrar puertas del hotel para la seguridad
Requerimientos	Título secundario
	1 año de experiencia
Competencias	Capacidad relacionarse con la gente
	Atento
	Servicial
Conocimientos	Prevención de robo
	Áreas del hotel
	Como levantar objetos pesados sin afectar el cuerpo

Puesto	Contador y Finanzas
Rol	Responsable de la planificación, organización y coordinación de las actividades contables
Responsabilidades	Ingreso de facturación, cargos, cobros, etc
	Llevar mensualmente libros contables
	Cálculo de planillas de retención de Impuesto a la Renta
Requerimientos	Título profesional
	Mínimo 3 años de experiencia
Competencias	Organizado
	Puntual
Conocimientos	Estadística
	Análisis Financiero
	Normas contables

Puesto	Supervisor de piso
Rol	Encargado de la calidad de habitaciones mediante la reducción de tiempo y optimización de recursos
Responsabilidades	Control de asistencias
	Responsable de llaves y objetos perdidos
	Prevención de accidentes e incendios
Requerimientos	Título secundario
	1 año de experiencia
Competencias	Manejo de conflictos
	Honrado
	Espíritu de líder
Conocimientos	Tipos de habitaciones
	Control de ocupación hotelera
	Control de suministros

Puesto	Gerente de Front Office
Rol	Encargado de supervisar, dirigir y planificar actividades administrativas del hotel y asegurarse que el huésped reciba un servicio sobresaliente
Responsabilidades	Controlar rendimiento de personal de Front desk
	Administración de quejas y pedidos especiales
	Pagos y depósitos de habitaciones
Requerimientos	Título Profesional
	Mínimo 3 años de experiencia
Competencias	Actitud de servicio
	Liderazgo
	Innovador
Conocimientos	Sistema de reservas
	Yield Management
	Finanzas

Puesto	Bodeguero
Rol	Responsable de la recepción, control, almacenaje y orden de los recursos necesarios para la función del hotel.
Responsabilidades	Rotulado de insumos
	Verificar documentación de recepciones
	Verificación y chequeo de calidad de recursos
Requerimientos	Título secundario
	1 año de experiencia
Competencias	Organizado
	Amabilidad
	Prolijo
Conocimientos	Matemáticas
	Como levantar objetos pesados sin afectar el cuerpo
	Calidad de alimentos

Puesto	Mesero
Rol	Encargado de tomar las ordenes de los huéspedes y proveerles alimentos y bebidas para satisfacer su apetito.
Responsabilidades	Charoleo de alimentos y bebidas
	Limpieza de mesas
	Asignación de puestos para los huéspedes.
Requerimientos	Título secundario
	1 año de experiencia
Competencias	Trabajar bajo presión
	Tolerancia y paciencia
	Amable y alegre
Conocimientos	Servicio y etiqueta
	Higiene adecuada para alimentos
	Conocer de los platos en el menú

Puesto	Bartender
Rol	Encargado de la preparación y servicio de todo tipo de bebidas a los huéspedes.
Responsabilidades	Elaborar bebidas según recetas estándar
	Limpiar y preparar áreas de servicio
	Elaborar comandas
Requerimientos	Título secundario
	1 año de experiencia
Competencias	Cortes
	Puntual
	Buena memoria
Conocimientos	Garnish
	Maridaje
	Servicio y ventas

Figura 30. Descripciones de puesto Hotel Boutique

Filosofía Institucional

Este hotel está proyectado para ofrecer un nuevo concepto e innovar dentro de la industria hotelera del sector. Ofrecer a los huéspedes la mejor de las experiencias en calidad, servicio, confort y compromiso, superando las expectativas de un sitio de hospedaje. Lograr la satisfacción total de las necesidades y deseos fomentando a la vez el desarrollo turístico regional. Ser una empresa generadora de trabajo proporcionando bienestar y desarrollo a todo el equipo que en ella participe. Trabajo en equipo, alto desempeño, confianza, y responsabilidad social son las bases de la selección de talento humano que atenderán a nuestros huéspedes.

Valores Institucionales

- **Consistencia:** mantener la calidad y beneficios de nuestro servicio para mantener la fidelidad de nuestros clientes excediendo sus expectativas y logrando el éxito empresarial.
- **Liderazgo:** que todos los miembros del equipo busquen su propio crecimiento y el de la empresa siendo independientes y tomando la iniciativa.
- **Innovación:** siempre estar a la búsqueda de ideas creativas que se adapten a los cambios constantes de la industria, con el objetivo de crear una ventaja competitiva y satisfacer a los clientes.
- **Puntualidad:** exigencia profesional a los empleados en la disciplina de estar a tiempo para cumplir con las obligaciones de una forma organizada.
- **Equidad:** tratar de igual manera a nuestros compañeros de trabajo dándole a cada uno lo que le corresponde según sus necesidades, méritos, capacidades o atributos.
- **Probidad:** dar a conocer los servicios y productos del negocio sin crear falsas expectativas ni engaños.
- **Respeto:** ser justos con los compañeros de trabajo en cuanto a opinión, creencias, estilos de vida y la autonomía de trabajo.

- **Actitud de servicio:** disposición para realizar un trabajo mediante buen autoestima y teniendo en cuenta que el cliente es lo más importante y estamos obligados a ofrecer un buen trato.
- **Eficiencia:** contar con todos los medios disponibles de manera racional para poder ofrecer un buen servicio y cumplir con las expectativas de los clientes con la mayor calidad y en el menor tiempo posible.
- **Integridad:** realizar nuestro trabajo con calidad y asegurar la efectividad entre compañeros de trabajo para garantizar un buen servicio.

Políticas Empresariales

- **Recursos humanos:**

- Se realizara capacitaciones al personal dos veces al mes los días lunes por la tarde para que realicen sus funciones de una manera más eficaz y eficiente.
- Puntualidad sin excepción, está permitido hasta un tiempo máximo de 15 minutos después del horario de ingreso con multa por retraso.
- El trabajo es en triple jornada en las fechas y temporadas necesarias. El primero de 6:00 am a 2:00 pm, 2:00 pm hasta 10:00 pm y el tercero de 10:00 pm hasta 6:00 am.
- Las faltas del personal serán justificadas solamente con el debido certificado señalando el día en cual faltó, motivo y firma responsable.
- Las vacaciones serán solicitadas con una semana de anticipación.
- Bajo ningún motivo el personal podrá llegar al trabajo en estado de embriaguez o bajo el efecto de otra droga. En ese caso el empleado será despedido.
- Está prohibido para los empleados interactuar de manera personal con clientes del lugar como: bailar, comer y beber. Todo empleado deberá cumplir responsablemente con su trabajo y no utilizar las instalaciones del hotel.

- Habrá un buzón de sugerencias para los huéspedes en el cual califiquen a los empleados quienes serán bonificados de acuerdo a su rendimiento.

- **Marketing y Publicidad**

- Se deberá realizar controles semanales sobre la cantidad de huéspedes que se recibe en el hotel, para de esta manera mantener un continuo análisis sobre el crecimiento o decrecimiento de la demanda en las diferentes temporadas del año.
- Controlar mensualmente las promociones realizadas y los efectos que han tenido. Información actualizada en páginas web, con medios interactivos que llamen la atención de clientes nacionales y extranjeros.

- **Contabilidad y Finanzas**

- Los gerentes de cada área deberán notificar y aprobar por escrito cualquier compra de insumos, equipos o alimentos que sean necesarios para el hotel.
- Se presentará al gerente general un análisis contable al final de cada mes, que contenga el balance general, estado de resultados y flujo de caja.
- Al final de cada mes este departamento tendrá la obligación de realizar roles de pago de cada empleado y pagar a los mismos.
- Declarar impuestos al Servicio de Rentas Internas sin retraso.

- **Alimentos y Bebidas**

- Realizar inspecciones diarias de las instalaciones de la cocina, restaurante y bar antes de abrir al público.
- Controles de inventario semanalmente de la comida y bebida en bodega para evitar la ausencia de productos y estar siempre abastecidos.
- En caso de implementar un nuevo plato o bebida, este debe ser previamente autorizado por la gerencia de alimentos y bebidas y 4 semanas mas tarde se analizara cuantos platos se han vendido y si es beneficioso dejarlo en el menú.

- Inspección diaria de limpieza de uniformes y cuidado personal de los empleados.
- **Front Office**
 - Atención al cliente de primera, desde la llegada a la puerta del hotel y por el resto de su estadía.
 - Control diario de suministros de limpieza y linos del hotel.
 - Control diario de habitaciones ocupadas y llegada de walk-ins
 - Lograr que el registro y salida del hotel sea mediante métodos ágiles y eficientes.

Organigrama

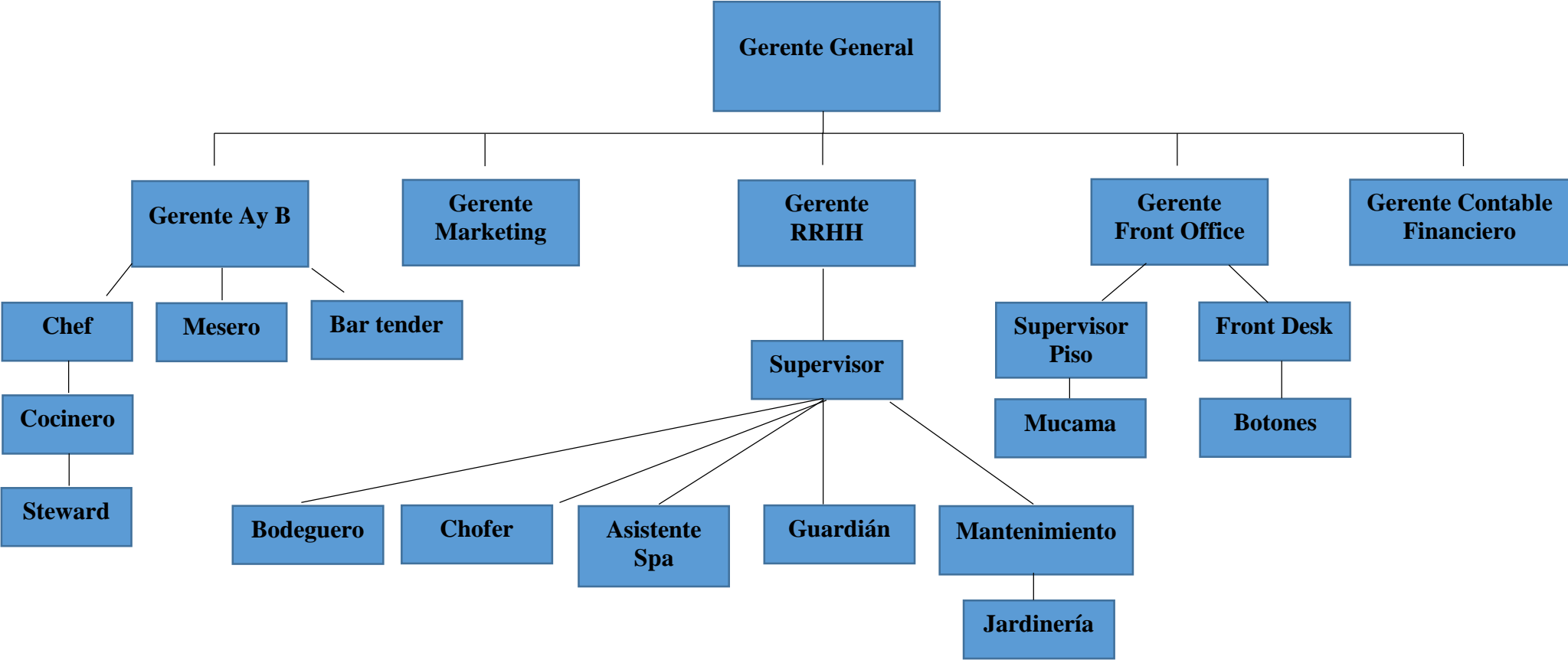


Figura 31. Organigrama

MARKETING

El Hotel Boutique “Serenité” tiene como objetivo crear una estrategia de marketing en la cual se genere un comportamiento de compra basado en estos tres principios: atraer, probar y regresar. También se basará en un modelo creado por la Universidad de Estambul, Turquía en la cual se propone el siguiente acrónimo:

- **B-** Boost the awareness: Incrementar la conciencia y conocimiento en los turistas sobre Hoteles Boutique, para que sepan sus características principales y los sepan diferenciar de la competencia.
- **O-** Optimum Strategy: Tener definido claramente cuál es el target de mercado al que te quieres dirigir. Se deben determinar medios de comunicación que sean compatibles con el target y saber si los mensajes están llegando de manera correcta o no.
- **U-** Utility: Lograr que los clientes tengan una experiencia única y fantástica. De tal manera consideren el Hotel Boutique como un lugar de alojamiento diferente y que los prefieran en todas sus vacaciones y momentos libres.
- **T-** Tracing: Tomar en cuenta las opiniones de los clientes ya que sean buenas o malas sirven para mejorar cada día los servicios y facilidades dentro del hotel.
- **I-** Influencing: Exceder con las expectativas y promesas hechas a los clientes, de esta manera ellos sientan que la experiencia en el hotel es completamente diferente a la competencia.
- **Q-** Query: Poder medir de alguna manera la satisfacción del cliente, de esta manera lograr comunicarte con ellos de una manera más personal y estar al tanto de sus gustos y necesidades.
- **U-** Use the results: Al medir la satisfacción y opiniones de los clientes se puede saber si tu estrategia está funcionando y si no lo está haciendo tomar medidas inmediatas

para cambiarla. En un Hotel Boutique el cliente debe percibir un concepto y una experiencia única.

- **E- Earning:** El objetivo de una estrategia de Marketing es que todos los stakeholders ganen de alguna manera. Es por esto que con una buena estrategia se logra satisfacer al cliente, que el talento humano trabaje en un ambiente donde pueda crecer, y lograr que la imagen del negocio sea positivo.

7 P's

Se ha realizado un análisis de las 7 P's con las cuales se ha determinado lo siguiente:

- **Product:** El producto es un Hotel Boutique ubicado en la parroquia de Tonsupa, el cual ofrece un concepto único y diferente de *relax*. Es un hotel con una capacidad de 32 habitaciones, las cuales están divididas en TIPO A,B y C. Los huéspedes tienen a su alcance un restaurante que ofrece un buffet y platos a la carta; existe un gran bar donde se puede disfrutar de bebidas alcohólicas, jugos frutales y batidos. Como áreas públicas está la húmeda donde se ubica la piscina, un área de juegos, un jardín griego, una terraza para broncearse, un spa y una sala de proyecciones. Por una tarifa extra todo el hotel cuenta con un sistema centralizado de WiFi, servicio de lavandería y jet skis. Finalmente ya que la mayoría de personas viajan en carro propio se cuenta con un área cómoda de parqueaderos.
- **Price:** Los precios que se manejan en el hotel son muy competitivos y tienen un plus ya que por los mismos los clientes tienen a su alcance servicios y facilidades que son muy difíciles de encontrar en la zona. Las habitaciones TIPO A tienen un precio de \$80, las TIPO B de \$150 y las TIPO C \$240. En el área de Alimentos y Bebidas se manejarán los siguientes precios: \$10.00 para un desayuno buffet, \$9.60 por platos a la carta, \$3,75 picaditas, \$3.50 postres, \$8.50 bebidas alcohólicas, \$2.95 jugos frutales y \$3.25 batidos. Todas estas tarifas tendrán un incremento del 10% en

temporada alta y feriados donde la demanda excede la oferta de servicios de alojamiento.

- **Place:** El Hotel Boutique se encuentra ubicado en la zona de Miramar en la parroquia de Tonsupa. Este lugar es el centro de los lugares de alojamiento más reconocidos y tiene una de las playas más turísticas del país. Es un lugar tranquilo y seguro que va acorde al concepto de *relax*. Tonsupa está tan solo a 4 horas y 18 minutos de la capital y tiene muchos medios de transporte para llegar a la misma. Un factor muy importante que se debe tomar en cuenta es el problema que existe con los servicios básicos en ciertas temporadas por las cuales es necesario tener dentro del hotel una cisterna, planta de luz y pozos sépticos.
- **Promotion:** El Hotel Boutique se va a centrar en el manejo de redes sociales y páginas web, lo cual es esencial hoy en día para entrar en el radar de los clientes. Se creará alianzas con empresas de la industria para tener un beneficio mutuo y se logre la identificación del hotel en diferentes ciudades y países. Finalmente se trabajara con “Word of Mouth” con el objetivo de crear la mejor experiencia posible y que se genere una excelente imagen del negocio.
- **Packaging:** El hotel tiene un tipo de diseño y construcción Mediterráneo que tiene como objetivo ir acorde al concepto de *relax*. Los tres colores que predominan son blanco, aguamarina y verde oliva, aunque también se utilizará sutilmente el color ocre para que la mezcla de colores genere serenidad en los huéspedes. Mediante la construcción el objetivo principal es permitir que el sol llegue por todos los espacios del hotel, así la claridad y luz en todos los ambientes proporcionan espacios alegres que transmiten buena energía. A pesar que el hotel se maneja con el concepto de *No-Frills-Chic* todo el equipamiento del hotel está compuesto por productos atractivos de muy buena calidad que brinden la mejor experiencia al cliente.

- **Positioning:** El Hotel Boutique “Serenité” tiene como objetivo estar en el Top of Mind de los consumidores que desean visitar la playa de Tonsupa, se quiere lograr que los huéspedes tengan una experiencia tan diferente e increíble que no puedan comparar al hotel con la competencia. Mediante el “Word of Mouth” se tiene como objetivo que una imagen positiva del hotel se extienda de manera nacional y extranjera.
- **People:** Este es un punto muy importante ya que se debe lograr que todos los stakeholders que forman parte del negocio estén satisfechos. Con relación al personal se quiere contar con un equipo que este motivado a ofrecer el mejor servicio posible y con una actitud de aprendizaje continua. Se quiere lograr que las relaciones con los proveedores sean provechosas y a largo plazo para así asegurar la calidad de los productos. A los clientes se les quiere ofrecer una nueva experiencia con la cual puedan disfrutar al máximo sus vacaciones y no hayan tenido ni un momento desagradable durante su estancia. Finalmente se quiere lograr que todos los inversionistas y trabajadores de alto cargo tengan un alto nivel de liderazgo y que logren establecer buenas estrategias para que las operaciones sean eficientes y el hotel rentable.

Presupuesto

Se ha establecido un presupuesto promedio anual para las actividades de Marketing en el hotel que da un total de \$18880

- Página Web: \$600
- Fan Page Facebook: \$100
- Buzón de Sugerencias (Tripadvisor): \$4080
- Alianzas con agencias de viajes: \$3450

- Convenios Institucionales: \$3450
- Vallas publicitarias: \$5000
- Reseñas de viaje y webs de guías locales: \$1000
- Invitaciones: \$1200

Estrategias de Marketing

- Crear un “Fan Page” en Facebook para promocionar el hotel de una manera más efectiva. De esta manera las personas se tomen menos tiempo y trabajo al encontrar el servicio.
- Diseñar una página web con el fin de publicitar al hotel con información esencial y significativa para que los futuros clientes sepan cuáles son nuestros servicios y ventajas en relación a la competencia.
- Poner un buzón de sugerencias en la página web y tomar en cuenta las opiniones en Tripadvisor, ya que los comentarios de la gente que ya adquirió el servicio sean buenos o malos nos van a enriquecer como empresa. El uso de estos medios logran que el hotel aparezca como un negocio de confianza en el Internet.
- Alianzas con agencias de viajes para brindar a nuestros clientes servicio de transporte desde las ciudades principales del país hasta nuestras instalaciones en Tonsupa.
- Convenios institucionales con otros hoteles del país, mediante el pago de comisiones haya beneficios mutuos.
- Bayas publicitarias en el sector de Miramar.
- Reseñas de viaje y webs de guías locales con el objetivo de invitar a los cronistas de viajes a conocer y recorrer personalmente el hotel, ofreciéndoles nuestros mejores servicios por un día entero (gratis). Con esto se quiere lograra que ellos redacten las crónicas en diferentes páginas web, periódicos locales o revistas.
- Invitaciones personalizadas a hoteles y departamentos del área para que visiten el hotel.

CONCLUSIONES

- “Serenité” Hotel Boutique nace al identificar un vacío en el mercado de la parroquia de Tonsupa, donde no existe un hotel de este tipo con el concepto específico de *relax*, donde la demanda es mayor a la oferta en temporada alta y feriados y donde no se ofrece un servicio de bebidas seguro y atractivo para los consumidores.
- El hotel se basa en dos conceptos principales que son las características de un Hotel Boutique y el término *No-frills-chic*. El hotel cuenta con tarifas competitivas las cuales no afectan de manera negativa la experiencia del cliente y aun puedan disfrutar de servicios atractivos e innovadores.
- El proyecto se va a realizar en el área de Miramar en la parroquia de Tonsupa, el terreno tiene una extensión de 1800 m² en el cual actualmente se encuentran 4 casas de hormigón, un lugar de vestidores, una casa para el guardián, una cancha de vóley, una piscina y jacuzzi. Se hará un derrocamiento y remodelación para la nueva distribución y facilidades del hotel.
- El hotel cuenta con tres tipos de habitaciones de las cuales hay 16 TIPO A, 12 TIPO B y 4 TIPO C. La primera tiene una capacidad para dos personas, la segunda para cuatro y la tercera para 8. Las mismas están equipadas con todo lo necesario para la comodidad del cliente. En el área de habitaciones se cuenta con bodegas para insumos de limpieza y linos para mayor eficiencia por parte del área de servicio.
- En el área de Alimentos y Bebidas se cuenta con un restaurante con una capacidad para 48 personas las cuales pueden servirse un desayuno buffet, platos a la carta durante almuerzo y cena, postres y picaditas. Hay un gran bar con la capacidad para 60 personas el cual trabaja conjuntamente con una barra en la piscina. En el bar se cuenta con bebidas alcohólicas, jugos frutales y batidos. Esta área tiene como objetivo atraer a clientes de fuera ya que no se cuenta con un bar seguro en la zona.

- El hotel está compuesto por diferentes áreas donde las personas se puedan relajar y entretener. Existe el área húmeda donde hay una piscina, camas de bronceado y gazebos para descansar. Hay un área de entretenimiento donde se pueden jugar billa, ping-pong, cartas y otros. En la parte superior del edificio hay un spa donde se pueden realizar diferentes tratamientos o disfrutar de jacuzzis. Finalmente hay una sala de proyecciones donde los huéspedes pueden disfrutar de películas y alado de esta área hay una terraza de bronceado privada.
- Se ha determinado que el análisis del hotel será manejado en tres escenarios: optimista con un 68% de ocupación, real con un 40% de ocupación y pesimista con 20% de ocupación. Los precios que se establecieron en un escenario real han sido de \$80 para habitaciones TIPO A, \$150 para TIPO B, \$240 para TIPO C, \$10.00 para desayunos, \$9.60 para platos a la carta, \$3.50 postres, \$3.75 picaditas, \$8.50 bebidas alcohólicas, \$2.95 jugos y \$3.25 batidos.
- Mediante el análisis de los factores externos que pueden afectar la industria y el negocio se ha determinado que este hotel es un proyecto riesgoso pero que puede llegar a ser rentable al largo plazo. Con el gráfico de estrella sectorial se determinó que la parroquia de Tonsupa es un mercado con buenas oportunidades para competir.
- La parroquia de Tonsupa es un lugar con buena ubicación y cuenta con diferentes medios de transporte para llegar a la misma. Las carreteras que existen están en buen estado y la distancia promedio solo es de 4 horas y 18 minutos.
- Para el proyecto se debe tomar en cuenta un factor muy importante y es la disponibilidad de servicios básicos. En Tonsupa se cuenta con varios problemas de abastecimiento de agua potable, falta de luz eléctrica, centro médicos con personas

preparadas y falta de alcantarillado. Por lo cual se ha tomado en cuenta para el hotel la necesidad de una cisterna, planta de luz y pozos sépticos.

- Se ha determinado que no existe un hotel con un concepto igual al de “Serenité”, sin embargo se deben tomar en cuenta los lujares de alojamiento que presentan mayor competencia en el área que son: Puerto Ballesta, Cabo Blanco, Makana Resort, Diamond Beach y Fountaine Bleau. Se debe tomar en cuenta que esta playa es un centro de inversiones y actualmente hay alrededor de 10 proyectos en construcción.
- Mediante el análisis de la demanda se pudo determinar que existe una demanda latente de 2044 room-nights, una demanda latente acomodable de 4672 room-nights, una demanda total usable de 15669 room-nights, una oferta total de 43070 room-nights y un porcentaje de ocupación del área proyectado del 36.38%. Con lo cual se puede presentar un escenario desalentador, sin embargo se debe tomar en cuenta que los porcentajes de ocupación durante temporada alta y feriados puede llegar a su máximo. También el hotel tiene como objetivo que las personas nacionales y extranjeras consideren Tonsupa como uno de los principales lugares para relajarse durante todo el año.
- El Hotel Boutique se encuentra dividido en dos torres principales. La Torre A tiene 5 pisos, mientras que la Torre B tiene 3 pisos. La construcción y diseño del hotel se ha creado con el objetivo que todos los recursos y sistemas trabajen de forma eficiente, que el personal se sienta cómodo y tenga a su acceso todo lo que necesite y que los huéspedes se sientan cómodos, disfruten de privacidad y tengan la mejor experiencia posible.
- La conceptualización y el diseño arquitectónico de este proyecto es de estilo Mediterráneo, el cual se basa en el uso de cuatro colores principales: blanco,

aguamarina, verde oliva y ocre los cuales producen sensación de **serenidad** que es el objetivo principal de este Hotel.

- Se ha determinado que para el financiamiento del Hotel Boutique se contará con un préstamo del 60%, con una tasa del 9% a 10 años. La inversión total para el hotel es de \$2, 611,501.82. Se ha llegado a la conclusión que la utilidad neta del primer año es de \$455,542.81. La inversión del hotel se recupera al final del año 5, lo cual es muy alentador ya que se encuentra dentro de los parámetros establecidos de recuperación que son entre 5 a 8 años. El valor presente del proyecto es de \$1, 570,541.95 con un VAN positivo de \$687,587.37 y un TIR del 16%. Con los resultados sabemos que es un proyecto rentable y se puede lograr que varias personas estén interesadas en invertir en el proyecto.
- Se han establecido pasos clave que el departamento de Recursos Humanos implementará, con el objetivo que el Hotel Boutique sea un negocio eficiente y mantenga relaciones a largo plazo con sus empleados. Este es un hotel que ofrece servicios y facilidades de diferente tipo, por lo cual se debe contar con un mínimo de 39 personas que cumplan con las responsabilidades y cargos necesarios. Este se basa en una filosofía organizacional en la cual se logra exceder la experiencia del cliente mediante calidad, actitud de servicio, confort y compromiso. El hotel tiene como objetivo el desarrollo turístico regional y ser una empresa generadora de trabajo. La empresa se maneja con valores institucionales como: puntualidad, liderazgo, responsabilidad, equidad y otros que son esenciales para un buen ambiente y motivación. Finalmente cada departamento del hotel se encuentra bajo políticas y normas que son necesarias para una operación eficiente y justa.
- El Hotel Boutique tiene como objetivo crear una estrategia de Marketing en la cual se genere un comportamiento de compra basado en estos tres principios: atraer,

probar y regresar. Este departamento también se basará en el acrónimo “BOUTIQUE” realizado por la Universidad de Istambul, con la cual se quiere aprovechar al máximo todas las ventajas que ofrecen los hoteles de este tipo. La estrategia de Marketing del hotel se basa en el manejo de redes sociales y páginas web, alianzas con empresas de la industria, reseñas de viaje, bayas, invitaciones personalizadas y Word of Mouth.

REFERENCIAS

- Construcción, C. d. (2012). *Camicon*. Obtenido de Camicon participa en el foro internacioanl ciudades y construcciones sostenibles:
<http://www.camicon.ec/index.php/afiliate-a-la-camara/itemlist/category/9-banner-top>
- Eduardo, W. (2010). *Repositorio ESPE*. Obtenido de Creación de un proyecto de inversión turística en la provincia de Esmeraldas:
<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/3869/1/T-ESPE-032561.pdf>
- Ernesto, E. (2013). *Gobierno Autónomo de Esmeraldas*. Obtenido de Plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2012-2022:
<http://www.gadmesmeraldas.gob.ec/alcaldia/images/stories/2013/descargas/PDyOT%20FINAL.pdf>
- Esmeraldas, G. A. (2013). Obtenido de Ley orgánica de transparencia y acceso a la información pública:
<http://www.gadmesmeraldas.gob.ec/site/images/stories/2013/lotaip/Direcion%20Planificacion.pdf>
- Esmeraldas, G. M. (2013). Obtenido de Ordenanza para el ordenamiento territorial:
<http://www.gadmesmeraldas.gob.ec/alcaldia/images/stories/2013/lotaip/Ordenanza-Plan-Ordenamiento-Territorial-Canton-Esmeraldas.pdf>
- Fusun, I. (Junio de 2014). *Marketing Strategies of Boutique Hotels*. Obtenido de University of Istanbul: http://florida2014.iibaconference.org/wp-content/uploads/2014/06/Istanbullu_Dincer_Fusun.pdf
- Hoteles Ecuador*. (s.f.). Obtenido de Permisos, tasas, contribuciones y otras obligaciones que deben cumplir los establecimientos de alojamiento:
<http://www.hotelesecuador.com.ec/disptxt.php?menu=17&submenu1=10&idiom=1>
- INEC. (2010). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de Fascículo Provincial Esmeraldas:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/esmeraldas.pdf>
- Laborables, M. d. (agosto de 2014). Obtenido de Beneficios Sociales:
<http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2014/08/BANCO-DE-PREGUNTAS-BENEFICIOS-SOCIALES.pdf>
- Portafolio*. (20 de febrero de 2014). Obtenido de Con aumento en arancel, Ecuador restringe más importaciones: <http://www.portafolio.co/negocios/aumento-arancel-ecuador-restringe-mas-importaciones>
- Públicas, M. d. (6 de Octubre de 2012). *Obras Públicas*. Obtenido de 82 años construyendo obras viales en el Ecuador: http://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/10/06-07-2011_Especial_MTOP_82_anios.pdf

Turismo, M. d. (mayo de 2014). *Optur*. Obtenido de Principales indicadores de Turismo:
http://www.optur.org/estadisticas/Mayo_Boletin-2014.pdf

Turismo, M. d. (28 de noviembre de 2014). *Turismo*. Obtenido de Ecuador se fortalece con inversiones en el sector turístico: <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-se-fortalece-con-inversiones-en-el-sector-turistico/>

Turismo, M. d. (febrero de 2015). Obtenido de Calendario de feriados nacionales ecuador-2015: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/Feridados-2015.pdf>

ANEXOS

(Información digital-CD)