

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

Creación de una Hostería ecológica en el sector de Yaruquí
Proyecto de Investigación

Diego Fernando Guzmán Jervis
Paola Pazmiño Calero

Administración de Empresas de Hospitalidad

Trabajo de titulación presentado como requisito
para la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas de
Hospitalidad

Quito, 20 de diciembre de 2016

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
COLEGIO DE HOSPITALIDAD, ARTE CULINARIO Y TURISMO

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

Creación de una Hostería ecológica en el sector de Yaruquí

Diego Fernando Guzmán Jervis

Paola Pazmiño Calero

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico

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

Firma del profesor

Quito, 20 de diciembre de 2016

Derechos de Autor

Por medio del presente documento certificamos que hemos leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estamos de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

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

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: Diego Fernando Guzmán Jarvis

Código: 00110906

Cédula de Identidad: 1717967200

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: Paola Pazmiño Calero

Código: 00109873

Cédula de Identidad: 1722418462

Lugar y fecha: Quito, 20 de diciembre de 2016

RESUMEN

El trabajo de investigación denominado “Creación de una Hostería Ecológica en el Sector de Yaruquí”, es un proyecto en el que se creará una hostería amigable con el ambiente, cuyo nombre será “Pine Tree”. Estará ubicado en un entorno de naturaleza, lejos del ruido y smog de la ciudad, a pocos minutos de Quito y cerca del nuevo aeropuerto “Mariscal Sucre”, en el sector de Yaruquí. Por este motivo, el objetivo principal del proyecto es que los clientes puedan encontrar un ambiente tranquilo, acogedor y ecológico que les permitirá disfrutar de nuevas experiencias. Entre ellas están la utilización de sus innovadoras habitaciones e instalaciones y la degustación de una variedad de sabores a través de los platos preparados con productos orgánicos producidos en la huerta de la hostería que se servirán en la cafetería. Asimismo, este proyecto busca rescatar los lugares turísticos de la zona, impulsando el turismo ecológico y de aventura, a través de la promoción de los ambientes existentes del sector. Después de realizar el estudio correspondiente, se puede demostrar que existe factibilidad legal, administrativa y financiera para el proyecto.

Palabras Clave: Trabajo de investigación – Hostería Ecológica – Naturaleza – Yaruquí – Aventura.

ABSTRACT

The research paper entitled “Creating an eco-lodge in the sector of Yaruquí” is a project in which an environmentally friendly hostelry will be created with the name “Pine Tree”. It will be located in a natural environment, away from the noise and smog of the city, a few minutes away from Quito and close to the new airport “Mariscal Sucre” in the area of Yaruquí. Therefore, the main objective of the project is that customers can find a quiet, cozy and ecological environment that will allow them to enjoy new experiences. Among these are the use of their innovative rooms and facilities, and tasting a variety of flavors through dishes prepared with organic products produced in the garden of the hostelry. The project also seeks to rescue the tourist sites in the area, promoting eco and adventure tourism, through the promotion of existing environments in the zone. After performing the corresponding study, it has been proved that there is legal, administrative and financial feasibility for the project.

Key words: Research paper – Eco-lodge – Experience – Adventure – Yaruquí.

TABLA DE CONTENIDOS

Misión	8
visión	8
Desarrollo del Tema	9
Plan de negocios	9
CONCEPTO DEL PROYECTO	11
Características Generales	11
Tipo de Empresa.....	11
Concepto de la Empresa.....	12
Experiencia del cliente.....	12
Ubicación.....	13
Dimensión	13
Servicios.....	14
Capacidad del local	15
Mercado meta.....	15
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	16
Entorno macroeconómico.....	16
Cambios en la matriz productiva.....	16
Producto Interno Bruto	18
Ambiente Político y Social.....	18
Tasa de Interés Activa.....	19
Tasa de Inflación.....	22
Turismo en Quito:	23
ANÁLISIS DE SITIO	25
Localización.....	25
Adaptabilidad y conveniencia física del terreno	26
Acceso y visibilidad	27
Servicios Básicos	28
Situación legal y Regulaciones Municipales Aplicables.....	28
ANÁLISIS DE VECINDARIO	29
Clima.....	29
Generadores de Demanda	29
Empresas	31
Centros de Salud en la Zona y Hospitales	31
Estado de las vías	31
Uso de tierras.....	31
Datos demográficos:	32
ANÁLISIS DEL ÁREA DE MERCADO	34
ANÁLISIS DE LA OFERTA	34
ANÁLISIS DE DEMANDA	37
PRONOSTICO DE INGRESOS Y GASTOS	41
Proyección de ventas.....	41
Flujo de Efectivo:.....	43
Análisis de la rentabilidad del proyecto	45
DISEÑO Y ARQUITECTURA	46
Programa de espacio	46
Guest Room Área.....	46
Guest Room Mix y Guest Room Design	48
Área de bodegas.....	51
Oficinas.....	51
Recibidor y basura.....	52

Área de empleados	52
Lavandería y Housekeeping	53
Mantenimiento.....	53
Piscina y áreas recreativas	53
Huerta.....	54
PROGRAMA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	54
Cafetería – bar y su menú	54
Costos generales y precios de venta A&B	55
RECURSOS HUMANOS.....	56
PLAN DE COMUNICACIÓN DE MARKETING	58
<i>Brand.com</i>	58
<i>Google:</i>	59
<i>Facebook:</i>	59
<i>Twitter:</i>	60
<i>Instagram:</i>	60
<i>Booking:</i>	61
<i>Expedia:</i>	61
<i>TripAdvisor:</i>	61
<i>Airbnb:</i>	62
<i>Despegar:</i>	62
<i>Priceline:</i>	62
<i>Groupon:</i>	63
<i>Sabre:</i>	63
<i>Ministerio de Turismo</i>	64
<i>Bureau de Quito:</i>	64
<i>Adaptación a dispositivos móviles:</i>	64
PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO.....	65
RECOMENDACIONES.....	68
Referencias bibliográficas	69
ANEXOS	70
.....	71

MISIÓN

“Somos una empresa innovadora en el mercado de la hotelería, con un constante compromiso con el medio ambiente que busca la satisfacción de nuestros clientes a través de un servicio de excelencia.”

VISIÓN

“Ser la empresa de servicios hoteleros líder en innovación del mercado ecológico con un constante desarrollo e investigación de técnicas y estrategias enfocadas en la satisfacción de nuestros clientes.”

DESARROLLO DEL TEMA

Plan de negocios

Ecuador es un país con una extensa flora y fauna y lleno de majestuosas aves, por este motivo, la Hostería Pine Tree inspira su concepto en los espléndidos nidos del ave oropéndola o más conocido como pájaro mochilero. Estos nidos tienen forma de gota y cuelgan de las ramas de los árboles. La hostería quiere transmitir un nuevo concepto moderno y a la vez natural con sus cabañas que se formarán en los árboles, como se dijo anteriormente, tomando como referencia el concepto de dichas aves; asimismo, crear un sentimiento de paz y tranquilidad que sienten estos animales. Por esta razón, se ha decidido crear el proyecto en San Lorenzo - Yaruquí, una zona cercana al aeropuerto, pero lejos de todo el ruido y contaminación de la ciudad de Quito.

La zona de Yaruquí es, actualmente, un sector de potencial crecimiento debido a la construcción del nuevo aeropuerto "Mariscal Sucre" en Tababela, además de ser un sector turístico que posee atracciones como: La iglesia de Yaruquí, la cual es una edificación colonial con más de 430 años; La Gruta del Niño de la Comuna el Tejar, El museo de ciencias naturales, La Pirámide de Oyambaro, El Túnel y Puente del Ferrocarril de Guambi, El Cerro Cotohurco y Las 700 gradas del último proyecto de Velasco Ibarra.

La Hostería Pine Tree, toma en cuenta los deseos y necesidades de sus clientes. También, propone oportunidades de trabajo a la comunidad aledaña del sector, y con ello ofrece un óptimo servicio y experiencia. Asimismo, como se busca ser amigable con el medio ambiente, los servicios varios que se encontrarán en la hostería serán manejados ecológicamente, es decir, con energía eólica.

La capacidad de la hostería está distribuida de la siguiente manera:

- Cuatro cabañas matrimoniales (simples)
- Tres cabañas dobles
- Tres cabañas triples
- Cinco habitaciones simples
- Cinco habitaciones dobles

Esto nos da un total de capacidad para 40 - 45 personas, tomando en cuenta que en la habitación matrimonial se hospedaron dos personas.

Posteriormente, se analizará un flujo financiero, el cual nos demostrará si el proyecto es realmente rentable. Se puede ver que con los costos actuales del mercado se necesitará alrededor de un millón de dólares para poder efectuar el hotel. Consecuentemente, con el uso de las tasas de mercado analizadas y valoradas, se estima que la rentabilidad del hotel según el valor actual neto (VAN) es de \$ 231.139,48 que es obtenido del flujo de efectivo operativo neto, asimismo la tasa interna de retorno (TIR) nos da una recuperación de 15,40% en un plazo de 15 años. Al tener el respaldo de estas cifras, la Hostería Pine Tree ha decidido efectuar el desarrollo de la operación.

CONCEPTO DEL PROYECTO

Características Generales

El concepto que se tiene para el proyecto es, crear un lugar de alojamiento, el cual se llamará “Hostería Pine Tree”, en la parroquia de Yaruquí. El proyecto se encontrará cerca de atracciones turísticas de la zona de Yaruquí, Quito y Papallacta. Una gran ventaja que tendremos es que nos encontramos a 15 minutos del aeropuerto “Mariscal Sucre” en Tababela. Más adelante detallaremos específicamente como pretendemos realizar el proyecto.

Tipo de Empresa

El proyecto busca implementar una hostería en la que se esperan turistas extranjeros ambientalistas y también turistas locales. Debido a esto, la empresa se categoriza como una empresa de alojamiento temporal de tipo dos. Por este motivo, el proyecto es de tipo ecológico. Además, ahorramos el uso de energía, propiciamos los productos orgánicos (gracias al menú que ofrecemos en la cafetería), respetamos el entorno, la cultura local, sus tradiciones, entre otras cosas.

Concepto de la Empresa

Lo que la hostería logra buscar para sus clientes es atender las necesidades y deseos de nuestros huéspedes. Nuestro target va enfocado a familias y personas adultas, nacionales y extranjeras, que disfruten de un ambiente ecológico, tranquilo, alejado del ruido y contaminación de la ciudad. Según las estadísticas que se recuperó de la tabla en el punto 3.1.6, podemos observar que el porcentaje total de llegadas de extranjeros en los últimos tres años ha sido del 91,8% y el porcentaje esperado para la Hostería “Pine Tree” es un aproximado al 60% del total anterior.

Por otro lado, algo en lo que la Hostería “Pine Tree” quiere resaltar es, en que nuestras habitaciones serán diferentes de lo común; es decir, cada una será una cabaña como casa de árbol. Asimismo, estaremos cerca de atracciones turísticas del sector de Yaruquí, y tendremos excursiones para lugares turísticos de Quito y Papallacta.

Experiencia del cliente

Pretendemos ofrecer la mejor experiencia a los clientes, brindándoles un ambiente diferente al cotidiano, con esto nos referimos a que se alejarán del ruido y contaminación de la ciudad para entrar en una gran conexión con la naturaleza; los mejores precios y ofertas comparados con la competencia (esto se explicará detalladamente más adelante), un excelente servicio, trato personalizado y un agradable entorno amigable y familiar.

El cliente podrá sentir una diferencia durante el proceso del servicio, gracias a la ubicación del terreno y que sus alrededores se prestan para que este tenga una conexión inmediata con

su espíritu natural. Cuando se llega al establecimiento el huésped no solo encuentra una hostería, encuentra un bosque mágico con jardines y una atención inigualable que lo hará sentir en el lugar correcto. Durante su estadía, podrá vivir experiencias únicas de paz y tranquilidad, al igual que el confort y la increíble presentación de nuestras instalaciones. Por último, deseamos que cuando el cliente realice el “check out”, se vaya con una sonrisa y la mejor experiencia.

Ubicación

El terreno donde se creará la hostería, se encuentra ubicado en el sector de Lalagachi Alto, Yaruquí, parroquia Checa, cerca de la planta de Mr. Pollo (Planta Pronaca Checa). Las coordenadas del terreno son las siguientes: (Quito, -0.155084; -78.313561). La ubicación del lugar es afortunada, debido a que nosotros esperamos llegar a un target diferente; es decir, a personas que disfrutan de estar en la naturaleza y lejos del ruido de la ciudad. Sin embargo, dentro del sector también podemos encontrar diferentes tiendas de barrio.

Dimensión

El terreno en el cual se implantará el proyecto, consta de un área de 13569,49m² de superficie. Por el momento, la propiedad solo cuenta con una pequeña edificación y varios sembríos. Actualmente, no se encuentran plantados los árboles; por lo tanto, dichos sembradíos se realizarán con previa anticipación, debido a que este tipo de árboles demoran de 4 a 5 años en llegar a su edad madura. Como se dijo anteriormente, se nivelará algunas

partes del terreno y ahí se comenzará con el proyecto de la Hostería “Pine Tree”. Se dará una mejor descripción de cómo será toda la hostería en general en la sección 4.

Servicios

La propiedad actualmente se encuentra utilizada simplemente por sembríos y una pequeña edificación. Por lo tanto, no consta de servicios como luz, teléfono o agua potable. Pero, gracias al “Gobierno Nacional de la República del Ecuador”, se obtendrá un sistema de alcantarillado que están implantando en el barrio Lalagachi Alto. Asimismo, la hostería ofrecerá los siguientes servicios:

- Luz, agua potable, teléfono, internet.
- Alojamiento con baño privado.
- Servicio de limpieza, tanto en las habitaciones como en las instalaciones.
- Reservaciones telefónicas y vía web.
- Servicio de restaurante (desayuno y cena).
- Excursiones y servicios turísticos.
- Transporte y servicio de lavandería (tercerizados).

Sin embargo, no tendremos televisión, ya que el proyecto está enfocado para que nuestros huéspedes se relajen y se alejen de ciertos objetos, para así obtener un mayor contacto con la naturaleza. No obstante, si habrá internet, ya que este servicio se ha vuelto una necesidad básica para el cliente.

Capacidad del local

La hostería contará con 10 cabañas como “casa de árbol”, y 10 habitaciones en la parte superior del lobby. Entre estas cabañas y habitaciones podremos encontrar, habitaciones simples, matrimoniales, dobles, y triples. Por este motivo, estimamos que la capacidad máxima del establecimiento será de 40 - 45 personas.

Mercado meta

El mercado meta que se tiene considerado para la Hostería Pine Tree son, turistas extranjeros y locales ambientalistas, en especial familias y personas adultas entre los 31 y los 65 años (sin contar a los niños), principalmente, que su motivo de viaje sea el turismo, con total de 68.9%, y también los turistas que vienen por negocios, pero estos son menos con un 6.7%. También, que les guste el turismo ecológico y estar lejos del ruido y contaminación de la ciudad y, del mismo modo, que les atraiga la aventura. Por este motivo, a los países a los que nos enfocamos serían Estados Unidos, Colombia, España, Argentina, Chile y Brasil; esto se debe a que la mayoría de los turistas de estos países vienen por turismo ecológico o son más ambientalistas.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Entorno macroeconómico

Actualmente, el Ecuador está pasando por una crisis económica, por lo que se analizará las razones y consecuencias de esta recesión. Ecuador es dirigido por el presidente Rafael Correa Delgado, quien ha estado en el poder desde el 2007. Este gobierno es democrático, con tintes izquierdistas y pertenece al movimiento político Alianza País. Esta presidencia ha realizado varios cambios institucionales durante los últimos años (positivos y negativos) lo cual ha transformado la forma de vida actual de la población.

Cambios en la matriz productiva

Años atrás, Ecuador era un país completamente dependiente de la extracción de petróleo, por lo que su economía estaba ligada al precio de esta materia prima. El gobierno actual ha decidido cambiar para el largo plazo las fuentes de ingreso principales del país y con ello ya no necesitar de este producto limitado. Rafael Correa propuso varias alternativas para desarrollar paulatinamente nuevos ingresos de capital, esto se lo conoce como cambio en la matriz productiva.

Básicamente, estos cambios comienzan con la necesidad de Ecuador en exportar productos más elaborados y ya no solo materia prima (como siempre lo ha hecho). Su meta principal es producir bienes y servicios aptos que puedan competir en el mercado internacional. El primordial problema que enfrenta el país es, que no tiene suficientes recursos para producir

productos elaborados y, por ende, existe esta necesidad de seguir vendiendo recursos naturales para invertir en maquinaria y tecnología para poder sustentar al mercado internacional.

La Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo ha identificado 14 sectores productivos y 5 industrias estratégicas en las cuales serán apoyadas por inversiones gubernamentales. Estos sectores han sido elegidos debido a su índice de retorno y capacidad del país en trabajar en ellos, pues estos permitirán el establecimiento de metas objetivas que se busca para generar nuevos ingresos.

Como se puede observar el punto #14 del cuadro 1, el turismo es uno de los sectores en el cual se realizará inversiones. Esta resolución implica que habrá apoyo de parte del estado en desarrollar este tipo de empresa. Esto beneficiaría a la toma de decisiones para elaborar un proyecto hotelero el cual tendrá ayuda en su desenvolvimiento en aspectos financieros, de seguridad, turístico, de telecomunicación, tecnología, etc.

Cuadro 1: Industrias priorizadas

Sector	Industria
BIENES	1) Alimentos frescos y procesados
	2) Biotecnología (bioquímica y biomedicina)
	3) Confecciones y calzado
	4) Energías renovables
	5) Industria farmacéutica
	6) Metalmecánica
	7) Petroquímica
SERVICIOS	8) Productos forestales de madera
	9) Servicios ambientales
	10) Tecnología (software, hardware y servicios informáticos)
	11) Vehículos, automotores, carrocerías y partes
	12) Construcción
	13) Transporte y logística
	14) Turismo

Cuadro 1.

Producto Interno Bruto

Ecuador ha demostrado en los últimos años que su PIB no es estable, y por ende, esto perjudica el desarrollo de la empresa. El último análisis se realizó en el trimestre de septiembre del 2015, que demostró que el PIB tiene un incremento del 1%. “Las variables macroeconómicas que más contribuyeron al crecimiento de 1,0% del PIB fueron el Gasto de Consumo Final de los Hogares, el Gasto de Consumo Final del Gobierno y las exportaciones” (Banco central del Ecuador, 2015).

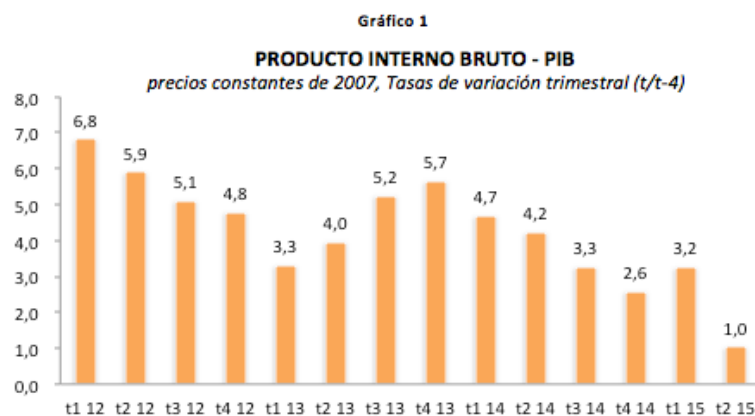


Tabla 1

Ambiente Político y Social

Se conoce actualmente que Ecuador está en recesión y obviamente un gran porcentaje de la población no se siente satisfecha con la presidencia actual. Se puede decir que, la insatisfacción popular comenzó el 24 de mayo del 2015, cuando se revelaron actos de corrupción en la provincia de Esmeraldas y, al mismo tiempo, el mandatario expuso la

reforma de dos proyectos sobre la ley de impuestos. “Uno buscaba cambiar el método de cálculo del impuesto a la plusvalía en la venta de terrenos con el fin de recuperar la ganancia obtenida gracias a las obras públicas. El otro, aumentaba la tasa del impuesto a las herencias y donaciones a título gratuito de un máximo de 35% sobre la fracción excedente de 826 mil dólares, a un máximo de 77,5% sobre la fracción excedente de 566 mil dólares para herederos indirectos.” (Ospina, Pablo. 2015).

A partir de estos sucesos el pueblo ecuatoriano empezó a manifestarse y con ello, el movimiento de Alianza País perdía popularidad. Tal era la magnitud, que el partido perdió las elecciones de alcaldes en tres de las principales ciudades: Quito, Cuenca y Guayaquil. Posteriormente, se realizaron marchas en contra del gobierno el 19 de marzo y el primero de mayo del 2015. Esto sucesos inconscientemente causan polémica internacional y consecuentemente la inversión extranjera se ve afectada.

Con todos estos problemas políticos y reformas en la constitución Ecuador se ha convertido en un país poco atractivo para la inversión internacional. El costo de oportunidad de empezar una empresa en este país es sumamente alto, debido a las últimas reformas laborales, inestabilidad política y tasas inapropiadas para un pleno desarrollo industrial. Como consecuencia, Ecuador no es un país popular para realizar inversión, las grandes industrias internacionales prefieren estar presentes en países con menos obstáculos de desarrollo y mayor ayuda de parte del gobierno.

Tasa de Interés Activa

La tasa de interés activa representa el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del banco central, cobran por los

diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos. Como podemos ver la tasa que registra el Banco Central son altas, lo que demuestra que, las actividades realizadas en el país tienen un riesgo notable. Por lo cual, al adquirir un préstamo se va tener un mayor valor presente y el financiamiento de cualquier proyecto se puede ver afectado. Según la Resolución 140-2015-F, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 627 de 13 de noviembre de 2015, se establece que la tasa de interés activa efectiva máxima para el segmento Consumo Ordinario será de 17.30%; la misma que entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial. De igual manera, según la Resolución 154-2015-F, de 25 de noviembre de 2015, se establece que la tasa de interés activa efectiva máxima para el segmento Consumo Prioritario será de 17.30% y para el segmento Educativo será de 9.50%.

Tabla 2

Tasas de Interés			
may-16			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.97	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	10.17	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.63	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	9.65	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	8.89	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	10.09	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.09	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.81	Consumo Ordinario*	17.30
Consumo Prioritario	16.71	Consumo Prioritario **	17.30
Educativo	9.30	Educativo **	9.50
Inmobiliario	10.91	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.97	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	26.98	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	25.30	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	22.21	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	7.84	Inversión Pública	9.33

Tasas de interés, (S.f). Tasa de interés. Tasas de interés activas efectivas vigentes. Extraído de:

<https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>

Tasa de Inflación

Según la INEC, “en enero de 2015, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) registró las siguientes variaciones: 0,59% la inflación mensual y acumulada; y 3,53% la anual; mientras que para el mismo mes en el 2014 fue 0,72% la inflación mensual y acumulada; y 2,92% la anual.

Las divisiones de Transporte y, la de Alimentos y Bebidas no Alcohólicas, fueron las que más contribuyeron a la variación del mes de enero del IPC. Además, la variación mensual de estas divisiones fue de 1,55% y de 0,44%, en su orden. La variación mensual de los bienes transables fue de 0,42%, siendo inferior a la variación general del IPC y a la de los bienes no transables de 0,81%. El valor de la canasta familiar básica se ubicó en 653,21 dólares; mientras que, el ingreso familiar (1,6 perceptores) en 660,80 dólares, esto implica una cobertura del 101,16% del costo total de dicha canasta. El Índice de Precios del Productor (IPP) fue de 1.762,75; determinando una variación mensual de 0,32% frente al -0,41% alcanzado en el mismo mes del año anterior; a su vez la variación anual del IPP es de 3,93%, mientras que en el año anterior la cifra fue de 1,91%. Finalmente, el índice de intermediación (IBRE-I) en el mes de análisis es de 100,63; lo cual representa una variación en el último mes de -0,56%, frente al -1,79% del mismo mes del año anterior.” (INEC, 2015)

Turismo en Quito:

Llegadas de turistas a Quito: Tabla 3.1.5

Turistas no residentes, años: 2013 - 2014 y enero - diciembre 2015 ^{1/}

variable/período	Años			Estructura porcentual			Tasa de variación	Tasa de variación
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2014/2013	2015/2014
Grupo nacionalidad								
Ecuatorianos	46.931	53.856	65.394	7,5	7,7	9,3	14,8	21,4
Extranjeros	581.999	649.159	641.455	92,5	92,3	90,7	11,5	-1,2
Total	628.930	703.015	706.848	100,0	100,0	100,0	11,8	0,5
Sexo								
Mujeres	280.616	316.775	319.858	44,6	45,1	45,3	12,9	1,0
Hombres	348.314	386.240	386.990	55,4	54,9	54,7	10,9	0,2
Total	628.930	703.015	706.848	100,0	100,0	100,0	11,8	0,5
Grupo de edad								
de 0 a 10 años	29.855	29.888	30.657	4,7	4,3	4,3	0,1	2,6
de 11 a 20 años	45.699	47.449	51.815	7,3	6,7	7,3	3,8	9,2
de 21 a 30 años	116.339	137.213	136.691	18,5	19,5	19,3	17,9	-0,4
de 31 a 40 años	136.086	155.514	151.027	21,6	22,1	21,4	14,3	-2,9
de 41 a 50 años	118.147	132.616	131.258	18,8	18,9	18,6	12,2	-1,0
de 51 a 65 años	135.073	141.811	149.165	21,5	20,2	21,1	5,0	5,2
más de 65 años	46.192	57.912	56.007	7,3	8,2	7,9	25,4	-3,3
no informa	1.539	612	229		0,1	0,0		-62,6
Total	628.930	703.015	706.848	100,0	100,0	100,0	11,8	0,5
Motivo del viaje								
Turismo	438.703	478.724	487.143	69,8	68,1	68,9	9,1	1,8
Estudios	2.661	2.753	2.528	0,4	0,4	0,4	3,5	-8,2
Negocios	46.957	51.198	47.299	7,5	7,3	6,7	9,0	-7,6
Eventos	40.472	42.852	44.765	6,4	6,1	6,3	5,9	4,5
Otros	100.137	127.488	125.113	15,9	18,1	17,7	27,3	-1,9
Total	628.930	703.015	706.848	100,0	100,0	100,0	11,8	0,5
País de nacionalidad								
Estados Unidos	141.595	147.130	161.856	22,5	20,9	22,9	3,9	10,0
Canadá	19.156	20.848	21.394	3,0	3,0	3,0	8,8	2,6
Ecuador	46.931	53.856	65.131	7,5	7,7	9,2	14,8	20,9
Colombia	67.733	71.422	57.329	10,8	10,2	8,1	5,4	-19,7
Perú	17.571	19.702	14.425	2,8	2,8	2,0	12,1	-26,8
Bolivia	2.869	2.955	2.824	0,5	0,4	0,4	3,0	-4,4
Venezuela	78.189	90.182	49.594	12,4	12,8	7,0	15,3	-45,0
Chile	11.501	12.888	10.986	1,8	1,8	1,6	12,1	-14,8
México	12.250	18.132	16.803	1,9	2,6	2,4	48,0	-7,3
Brasil	11.052	13.708	12.893	1,8	1,9	1,8	24,0	-5,9
Argentina	18.678	20.706	23.692	3,0	2,9	3,4	10,9	14,4
España	37.508	42.131	43.296	6,0	6,0	6,1	12,3	2,8
Alemania	18.173	19.222	18.577	2,9	2,7	2,6	5,8	-3,4
Reino Unido	15.526	17.323	17.409	2,5	2,5	2,5	11,6	0,5
Francia	12.649	13.683	13.628	2,0	1,9	1,9	8,2	-0,4
Australia	7.332	7.975	7.656	1,2	1,1	1,1	8,8	-4,0
Otros	110.217	110.218	169.356	17,5	15,7	24,0	0,0	53,7
Total	628.930	703.015	706.848	100,0	100,0	100,0	11,8	0,5

^{1/} Cifra revisada: noviembre 2010 y estimadas^{1/} cifras estimadas (interpoladas) nov2015

Resumen:

variable/período	Años			Estructura porcentual			Tasa de variación	Tasa de variación
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2014/2013	2015/2014
Estados Unidos	141.595	147.130	161.856	22,5	20,9	22,9	3,9	10,0
Colombia	67.733	71.422	43.296	10,8	10,2	6,1	5,4	-39,4
Ecuador	46.931	53.856	65.131	7,5	7,7	9,2	14,8	20,9
Perú	17.571	19.702	14.425	2,8	2,8	2,0	12,1	151,7
Subtotal	273.830	292.110	319.878	43,5	41,6	45,3	6,7	9,5
Otros países	355.100	410.905	386.971	56,5	58,4	54,7	15,7	-5,8
Total ciudad	628.930	703.015	706.848	100,0	100,0	100,0	11,8	0,5

Salidas de turistas desde Quito: tabla 3.1.6

Salidas internacionales

Turistas residentes, años: 2013 - 2014 y enero - diciembre 2015 ^{1/}

variable/periodo	Años			Estructura porcentual			Tasa de variación 2014/2013
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	
Grupo nacionalidad							
Ecuatorianos	379.074	420.385	453.990	89	89	89	10,9
Extranjeros	47.314	52.004	56.206	11	11	11	9,9
Total	426.388	472.389	510.196	100	100	100	10,8
Sexo							
Mujeres	199.870	225.200	247.610	46,9	47,7	49	12,7
Hombres	226.518	247.189	262.585	53,1	52,3	51	9,1
Total	426.388	472.389	510.196	100,0	100,0	100	10,8
Grupo de edad							
de 0 a 10 años	32.051	26.518	28.867	7,5	5,6	6	-17,3
de 11 a 20 años	38.589	43.122	47.063	9,1	9,1	9	11,7
de 21 a 30 años	78.962	92.132	100.736	18,5	19,5	20	16,7
de 31 a 40 años	95.881	109.668	116.669	22,5	23,2	23	14,4
de 41 a 50 años	74.001	84.956	89.442	17,4	18,0	18	14,8
de 51 a 65 años	76.003	81.315	91.306	17,8	17,2	18	7,0
más de 65 años	30.371	33.887	36.011	7,1	7,2	7	11,6
no informa	530	791	102	0,1	0,2	0	49,2
Total	426.388	472.389	510.196	100,0	100,0	100	10,8
Motivo del viaje							
Turismo	244.049	290.018	324.972	57,2	61,4	64	18,8
Estudios	11.343	13.713	15.428	2,7	2,9	3	20,9
Negocios	21.263	20.932	19.910	5,0	4,4	4	-1,6
Eventos	41.366	37.921	40.188	9,7	8,0	8	-8,3
Otros	108.367	109.805	109.698	11,5	8,2	22	1,3
Total	426.388	472.389	510.196	100,0	100,0	100	10,8
Pais de nacionalidad							
Ecuador	379.074	420.385	453.990	88,9	89,0	89,0	10,9
Argentina	1.997	2.612	2.809	0,5	0,6	0,6	30,8
Colombia	11.832	13.521	14.345	2,8	2,9	2,8	14,3
Cuba	6.820	4.661	5.770	1,6	1,0	1,1	-31,7
Perú	1.586	1.781	1.699	0,4	0,4	0,3	12,3
Bolivia	403	442	502	0,1	0,1	0,1	9,7
Chile	1.719	1.445	1.533	0,4	0,3	0,3	-15,9
Brasil	1.270	1.474	1.525	0,3	0,3	0,3	16,1
Italia	872	1.007	1.063	0,2	0,2	0,2	15,5
México	1.000	1.280	1.455	0,2	0,3	0,3	28,0
España	2.034	3.247	3.428	0,5	0,7	0,7	59,6
Estados Unidos	5.587	6.937	7.070	1,3	1,5	1,4	24,2
Venezuela	2.204	2.567	3.516	0,5	0,5	0,7	16,5
China Popular (Pekin)	1.652	1.708	1.702	0,4	0,4	0,3	3,4
Alemania	1.424	1.603	1.494	0,3	0,3	0,3	12,6
Japón	274	297	338	0,1	0,1	0,1	8,4
Otros	6.640	7.422	7.957	1,6	1,6	1,6	11,8
Total	426.388	472.389	510.196	100,0	100,0	100,0	10,8

^{1/} Cifras, sujetas a revisión

ANÁLISIS DE SITIO

Localización

El terreno se encuentra en el sector de Yaruquí. Se llega por medio de la Av. Panamericana y en la entrada podemos ver al lado derecho, la “Planta Pronaca Checa” (calle sin nombre), por esta calle nos dirigimos hacia la derecha; llegamos hasta el tope de la vía, pasando la línea férrea y se debe girar a la derecha en la Calle San Lorenzo. Las coordenadas son las siguientes: (Quito, -0.155084; -78.313561).

En las siguientes fotografías se puede apreciar el terreno; y también, como llegar a este con mayor precisión.

Límites:

Norte: Parroquia El Quinche

Sur: Parroquia Yaruquí

Este: Provincia de Napo y Parroquia Pifo

Oeste: Parroquias Yaruquí y Guayllabamba





Fotografías1,2,3.

Adaptabilidad y conveniencia física del terreno

Actualmente, el terreno se encuentra ocupado por sembríos y por la edificación de una vivienda donde residen los cuidadores. Lo planeado para el proyecto es, nivelar el terreno con la idea de que sea una superficie plana; además, remover las edificaciones que se encuentran en una parte del terreno y así poder crear en esta área un estacionamiento para el

establecimiento. Terminadas las modificaciones del terreno, comenzar a construir la “Hostería Pine Tree” que se tiene planteada.

Acceso y visibilidad

El acceso y la visibilidad del terreno son un poco complicados, pero esto es lo que hará más atractiva a la aventura de llegar a la Hostería. Sin embargo, el proyecto contará con una entrada principal y un parqueadero en la calle San Lorenzo. El acceso principal irá directamente a un camino que guiará al lobby de la hostería; y el segundo acceso, será desde el parqueadero, por el que irán los turistas que viajan en automóviles. Sin embargo, esta aproximación también tendrá una entrada casi directa al lobby del establecimiento.

La vía de acceso a la hostería es desde la Av. Panamericana, por la calle de la “Planta Pronaca Checa”. Esta calle no se encuentra en buen estado completamente; por este motivo, crearemos un convenio con la comunidad y con la planta de Mr. Pollo para lograr tener un buen acceso y, de esta manera, crear una impresión más agradable para nuestros clientes y para la gente que reside en la comunidad.

A pesar de que la visibilidad de la hostería es limitada, implementaremos varias vallas publicitarias en la Av. Panamericana y en la calle de la planta de Pronaca, para que nuestros clientes puedan llegar con mayor facilidad y sin ningún problema. Sin embargo, nosotros brindaremos servicios de transporte desde el aeropuerto para su mayor comodidad.

Servicios Básicos

Como se dijo anteriormente, el terreno actualmente sólo se encuentra con sembríos, por lo que no consta de servicios básicos. Sin embargo, cuando el proyecto se constituya, se contará con agua potable, luz, teléfono y servicio de alcantarillado.

El servicio de alcantarillado es un proyecto que están creando recién en el sector de Lalagachi Alto. Por este motivo, esperaremos a que el gobierno realice su proyecto para nosotros comenzar con la Hostería.

Situación legal y Regulaciones Municipales Aplicables

El terreno donde se planea poner en práctica el proyecto, pertenece a una sola persona que es Nelson Federico Calero Baquero, con C.I 1701758920.

La propiedad es parte de una herencia; por este motivo, no existen deudas y según el anexo No. 1, todos sus pagos se encuentran a la fecha.

Conforme con el Art. (3) de la Ordenanza Metropolitana 0255 del régimen del suelo, “Los derechos de los propietarios de un predio cuyo suelo haya sido habilitado y cuente con la aprobación de urbanización, con la aprobación y/o registro de subdivisión, de reestructuración o de integración parcelaria bajo el imperio de una norma anterior, no perecerán por la expedición de una norma posterior cuando ésta incremente la dimensión del lote mínimo establecido en la zonificación aprobada (...)”. Gracias a esto, podemos darnos a entender que, como el terreno pertenece a una sola persona y tenemos ya la autorización de construcción, no tendremos problemas con respecto a comenzar el proyecto.

Según el Informe de Regulación Metropolitana (IRM), anexo 1, el suelo donde se encuentra el terreno es un “Suelo Rural o SRU”. Esto quiere decir que, “son terrenos que se protegen de los procesos de urbanización” (ARQHYS, S.f.); por esto, el proyecto se encuentra autorizado para construirse en dicha propiedad.

ANÁLISIS DE VECINDARIO

Se analizará previamente el sector de la Parroquia de Yaruquí, Lalagachi Alto y Checa. Los factores que están a continuación son componentes que afectan de manera positiva y negativa al desarrollo de la “Hostería Pine Tree”:

Clima

El clima de del sector es veraniego, es decir, cálido y soleado con temperaturas que oscilan entre los 17 y 17,4 °C. El paisaje y sus alrededores se mantienen verde gracias a sus repentinas lluvias que ayudan la sustentabilidad de las plantaciones. Es decir, que solo tiene dos estaciones del año, verano e invierno.

Generadores de Demanda

Yaruquí tiene varios generadores de demanda que le permitirán producir turismo e ingresos a la hostería. Primero, esta localidad, al ser parte un sector en donde se han encontrado varias piezas arqueológicas de las parcialidades indígenas Quitus y Shyris, es llamativa para el tipo

de turista interesado en historia, arqueología y naturaleza. Segundo, la principal fuente de ingresos de la parroquia es, la avicultura y floricultura; por ende, se puede encontrar hermosas plantaciones de flores para exportación. Por otro lado, está la avicultora de “Pronaca” que es una de las más grande de Pichincha, y esto causa mucho movimiento industrial. También, se ofrece varios atractivos y excursiones turísticas, entre los cuales encontramos:

- Iglesias coloniales de la zona.
- La gruta del niño.
- El museo de ciencias naturales.
- La Pirámide de Oyambaro.
- El túnel del Ferrocarril de Guambi.
- Miradores del sector.
- Las 700 gradas, entre otras atracciones.
- El Centro Histórico de la ciudad de Quito.

Por último, el teatro, la danza y la música también forman parte de las expresiones culturales de Yaruquí, Parroquia Checa. En el siguiente cuadro podrán encontrar algunas de las festividades que se viven en este agradable lugar:

PRINCIPALES FESTIVIDADES PARROQUIA YARUQUI	
5 de Enero:	Fiesta de los Santos Inocentes
19 de Marzo:	Fiestas en honor al Patrono de San José
Mes de Abril:	Corpus Cristi
5 de Abril:	Fiestas en honor al Patrono de San Vicente
29 de Junio:	San Pedro y San Pablo
10 de Agosto:	San Lorenzo de Yaruqui
8 de Septiembre:	Fiesta Religiosa en honor a Nuestra Señora de la Natividad
4 de Noviembre:	Fiestas en honor al Patrono San Carlos

Tabla 3

Empresas

Existen varias empresas alrededor del sector tanto avícolas, como florícolas, que son la mayor fuente de ingresos. La empresa más relevante es “Pronaca”, que se encuentra a pocos metros de la hostería y provee empleo a cientos de empleados. También, hay que tomar en cuenta que alrededor existen pequeños hostales y restaurantes en la vía principal que asimismo son generadores de empleo para la ciudadela.

Centros de Salud en la Zona y Hospitales

En la zona de Checa no existen centros de salud ni hospitales. Sin embargo en la población Yaruquí, que se encuentra a menos de 5 minutos, si hay un centro de salud y a 20 minutos en el valle de Cumbayá, se encuentra el Hospital de los Valles, el cual es uno de hospitales mejores equipados del Ecuador.

Estado de las vías

Como se puede ver en el anexo 2, las vías secundarias no se encuentran en buen estado, pero por otra parte la autopista principal (E35) está en excelentes condiciones. Sin embargo, poco a poco se intentará mejorar las vías creando convenios.

Uso de tierras

La parroquia de Checa es una zona rural con una superficie total de 88,12 Km² en donde el mayor porcentaje de uso de terreno está destinado a la agricultura, ganadería y obras industriales. Existen también un porcentaje importante de pequeñas viviendas y negocios

locales como: restaurantes, tiendas, papelerías y más. Pero a pesar de esto es una zona que tiene mucho potencial de explotación, ya que muchos de estos terrenos se encuentran vacíos.

Datos demográficos:

Los Datos Demográficos utilizados en este estudio fueron realizados en el censo del año 2010.

La población de Checa posee 8,989 habitantes y la mayoría está asentada en la zona consolidada de la parroquia.

- **Población según censos**

CUADRO 1

Fuente: Censo INEC, 2010
Elaboración: ETP-
GADPP¹²

	POBLACIÓN SEGÚN CENSOS						
	1950	1962	1974	1982	1990	2001	2010
PICHINCHA	381.982	553.665	885.078	1.244.330	1.516.902	2.388.817	2.576.287
DMQ	314.238	475.335	768.885	1.083.600	1.371.729	1.839.853	2.239.191
ZONA	23.850	28.676	38.655	55.236	75.178	131.368	125.895
CHECA	1.632	1.787	2.532	2.926	3.836	7.333	8.980

- **Población total según género**

CUADRO 2

Fuente: Censo INEC, 2010
Elaboración: ETP-GADPP

	POBLACIÓN TOTAL	HOMBRES	MUJERES
PICHINCHA	2.576.287	1.255.711	1.320.576
DMQ	2.239.191	1.088.811	1.150.380
ZONA	125.895	62.316	63.579
CHECA	8.980	4.532	4.448

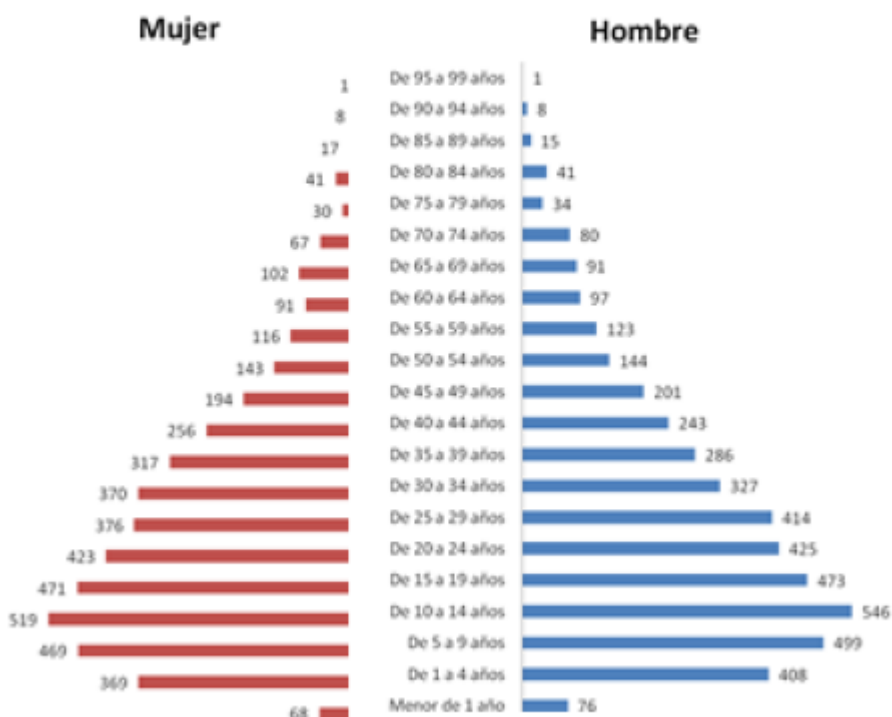
- **Población económicamente activa-PEA, inactiva-PEI y en edad de trabajar-PET**

CUADRO 4

Fuente: Censo INEC, 2010
Elaboración: ETP-GADPP
Parroquia Checa

AÑO	PEA	PEI	PET
2001	3.176	2920	6451
2010	4.224	2867	7091

Pirámide de población



- Indicadores de pobreza

CUADRO 5

Fuente: Censo INEC2001, SIISE 2008

Elaboración: ETP-GADPP

Parroquia Checa

PARROQUIAS	Población	Índice NBI	Incidencia de la pobreza	Incidencia de la indigencia	Severidad de la pobreza
Checa	5.197	71%	41%	11 %	12,42%

CUADRO 6

Fuente: Censo INEC2010

Elaboración: ETP-GADPP

Parroquia Checa

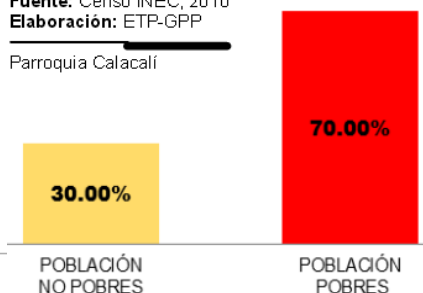
POBLACIÓN SEGÚN NIVEL DE POBREZA NBI 2010				
POBLACIÓN NO POBRES	%	POBLACIÓN POBRES	%	POBLACIÓN TOTAL
2.692	30	6.246	70	8.938

GRÁFICO 2

Fuente: Censo INEC, 2010

Elaboración: ETP-GPP

Parroquia Calacali



ANÁLISIS DEL ÁREA DE MERCADO

El sector Lalagachi alto, en la parroquia de Checa, donde se encuentra el terreno en el cual se realizará el proyecto de la “Hostería Pine Tree”, tiene un nivel económico medio bajo. Sin embargo, gracias a la cercanía del aeropuerto “Mariscal Sucre”, en Tababela, los alrededores del sector han ido creciendo económicamente poco a poco. Como se mencionó anteriormente, en las cercanías del terreno se encuentra la Planta de Pronaca, con la cual se intentará lograr un convenio para mejorar calles y vías del sector y, gracias a esto, se conseguirá incrementar la plusvalía y llegada de turistas al sector.

La visión de la parroquia de Yaruquí, según el GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) es, “para el año 2022, Yaruquí será una parroquia planificada, turística, productiva, competitiva y con identidad cultural fortalecida y la comunidad comprometida con su desarrollo”. Por lo tanto, el proyecto también se unirá a la visión de la parroquia para dar pie a todo este sistema de visión y desarrollo.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para determinar el análisis de la oferta, ya que es complicado contactar a los diferentes tipos de clientes que atrae cada uno de estos lugares de alojamiento, procedimos a utilizar técnicas de recolección de datos, como observación directa y visitas a los diferentes establecimientos (competencia directa e indirecta).

En la zona de Yaruquí, gracias al trabajo de campo que logramos realizar, pudimos encontrar competencia directa e indirecta para el proyecto. La competencia directa que detectamos

cerca del lugar donde se pondrá en práctica el proyecto y con respecto a que ofrecen servicios iguales a los nuestros, como: alojamiento, restaurante, Wifi gratis, áreas recreativas, etc. Tenemos cuatro, entre hoteles, hostales y hosterías. En la tabla 3.5 podemos ver más detalladamente:

		<i>Hotel Casa Yaruqui Hospedaje</i>	<i>Hostería San Carlos Tababela</i>	<i>Hostal El Parque Tababela</i>	<i>Casa d'Campo Tababela (Hotel Boutique)</i>
Ubicación		Tababela	Tababela	Tababela	Tababela
Capacidad de alojamiento		25	45	30	30
% de ocupación		60-70%	60-70%	60-70%	60-70%
Calidad percibida (1-5)		3	4	4	5
Fecha de apertura		2014	2013	2014	2013
Tipo de administración		Dueño	Dueño	Dueño	Dueño
Imagen (mala/regular/buena/excelente)		Regular	Buena	Buena	Buena
Acceso y visibilidad		Buena	Buena	Buena	Buena
Condición física (1-5)		4	4	4	4
Segmento de mercado		medio-alto	medio-alto	medio-alto	medio-alto
% que llega por reservación		80%	85%	80%	85%
Generadores de demanda		UIO y otros países	UIO y otros países	UIO y otros países	UIO y otros países
No. De Habitaciones		10	15	12	12
	Simples	si	si	si	si
	Dobles	si	si	si	si
	Triples	si	si	si	si
	Quintuples	no	no	no	no
Número de restaurantes		1	1	no	no
	Capacidad total	15	40		
Amenidades					
	Wifi	si	si	si	si
	Baño Privado	si	si	si	si
	Excursiones	si	no	no	no
	Hot Tub	no	no	no	no
	Piscina	no	si	si	si
Huerto Orgánico	no	no	no	no	
Housekeeping		no	si	si	si
Precio promedio del huésped		30 USD	35 USD	35 USD	80 USD
Cheque promedio de restaurante		No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
Estacionalidad	Semanal	Entre semana	Entre semana	Entre semana	Entre semana
	Mensual	Variable	Variable	Variable	Variable
	Anual	Variable	Variable	Variable	Variable
Que tendencias ven?	Se ve un crecimiento gracias a las nuevas vías y al aeropuerto de Quito.	Se ve un crecimiento gracias a las nuevas vías y al aeropuerto de Quito.	Se ve un crecimiento gracias a las nuevas vías y al aeropuerto de Quito.	Se ve un crecimiento gracias a las nuevas vías y al aeropuerto de Quito.	Se ve un crecimiento gracias a las nuevas vías y al aeropuerto de Quito.

Nota: Fuente: Investigación

Elaborado por: autores

Asimismo, tenemos competencia indirecta, que brindan servicio de restaurantes a la carta y eventos y convenciones, las cuales son:

- Casa de Campo convenciones y eventos: se encuentra en la zona de Yaruquí a pocos minutos del aeropuerto. Tiene varios salones y áreas grandes con una gran vista.

Estos establecimientos de servicio que, nos causan una competencia directa e indirecta, pueden afectarnos en la incidencia de los clientes hacia nuestro proyecto; debido a que algunos de estos lugares han obtenido una mejor ubicación. Sin embargo, la proyección de la Hostería Pine Tree es llegar a ser la mejor en el mercado.

En conclusión, como podemos ver en la tabla anterior tenemos cuatro hoteles y hosterías que compiten directamente con la nuestra, ya que se puede apreciar que brindan servicios similares y con una tarifa igual o más baja. Sin embargo, nuestra principal competencia vendría a ser “Casa d’Campo” Hotel Boutique, debido a que, competimos por un mismo ADR (80\$). No obstante, la operación de la hostería va enfocada a un mercado muy diferente. “Pine Tree” ofrece una experiencia que no es para nada común dentro del ámbito arquitectónico. Entonces nos diferenciaremos de la competencia promoviendo su estructura, sus jardines y, diferentes actividades que se puede realizar dentro del lugar. Por otro lado, el hecho de que sea ecológico nos permitirá atraer a un tipo de mercado diferente al de la competencia. Por lo tanto, la hostería no es como cualquier otra, este es un lugar sorprendente en el que puedes dormir y convivir a plenitud con la naturaleza.

ANÁLISIS DE DEMANDA

Como se puede apreciar en la tabla anterior del análisis de la oferta la competencia directa es “Casa d’Campo Tababela (Hotel Boutique)” que tiene una capacidad para 30 personas distribuidas 12 habitaciones y posee una ADR del \$80. Distintas empresas de hospedaje del sector tienen una capacidad parecida o no mucho mayor, Teniendo en cuenta estos datos podemos comprobar que el mercado del sector no está desarrollado. Sin embargo, este se encuentra en crecimiento y con varios proyectos de servicio hotelero y gastronómico gracias a la creación del aeropuerto en Tababela.

Conseguir los datos de la tasa de ocupación de la competencia es de suma dificultad ya que, por lo general, estos datos son privados. Para poder desarrollar el proyecto se utilizará el Análisis de Mercado Hotelero de Quito, el cual ha sido otorgado por la Universidad San Francisco de Quito. Este estudio demuestra que el porcentaje promedio de ocupación de los hoteles y hosterías en Quito está entre el 60 y 70%. Estas cifras nos ayudarán posteriormente al desarrollo del estado de pérdidas y ganancias y con ello los índices de rentabilidad.

El Ministerio de Turismo de Quito ha proporcionado datos hoteleros de suma importancia y con esto se podrá justificar los porcentajes otorgados por la universidad. Entre estas cifras podremos encontrar tasas de ocupación y tarifas a largo y corto plazo. Estos valores ayudan a conocer cómo se encuentra actualmente la demanda del mercado hotelero de la capital ecuatoriana.

Primero se revisará un gráfico realizado por el Ministerio de Turismo de Quito que explica brevemente el estado actual del último trimestre de la industria hotelera:

El 4 x 4 de la hotelería en Quito: una visión de corto plazo								
2015	NOVIEMBRE-15				OCTUBRE-15			
	segunda	primera	lujo	total	segunda	primera	lujo	total
TOH (%)	39,8	55,9	72,7	55,3	40,9	56,4	68,1	54,3
Pernoctaciones (noches)	29.972	37.547	43.235	110.754	31.745	38.799	41.411	111.955
Estancia Media (noches por llegada)	1,55	1,50	1,78	1,61	1,55	1,73	1,63	1,64
Tarifa (US\$ por habitación ocupada)	28,3	69,59	106,9	73,9	27,5	70,85	108,1	73,2
2015	VARIACIÓN ABSOLUTA: NOVIEMBRE / OCTUBRE				TASA DE VARIACIÓN: NOVIEMBRE / OCTUBRE			
	segunda	primera	lujo	total	segunda	primera	lujo	total
TOH (%)	-1,1	-0,5	4,6	0,9	-2,7	-0,9	6,8	1,7
Pernoctaciones (noches)	-1.773	-1.252	1.824	-1.201	-5,6	-3,2	4,4	-1,1
Estancia Media (noches por llegada)	0,00	-0,22	0,15	-0,03	-0,2	-12,9	9,0	-1,5
Tarifa (US\$ por habitación ocupada)	0,8	-1,3	-1,2	0,7	2,9	-1,8	-1,1	1,0

Tabla 4

Como se puede apreciar en la tabla, el porcentaje de ocupación es mayor para las empresas de primera clase y de lujo, de igual manera las tarifas por habitación ocupada. No obstante, se puede observar que, en la tabla de variación en ambos meses, las pernoctaciones y la estancia media son negativas, a diferencia de la tasa de ocupación hotelera y las tarifas que son positivas.

Segundo, Quito Turismo ha llevado un registro de la tasa de ocupación de los diferentes tipos de servicio de alojamiento desde el 2006 hasta el 2015. Hostería Pine Tree estará establecido como Hostal/Hostería de primera clase, el cual tiene un promedio acumulado de porcentaje de ocupación de 60.2% desde diciembre de 2014 hasta noviembre del 2015. Tomando en cuenta este porcentaje y crecimiento del mercado en el área del aeropuerto se considerará una ocupación del 70% en un ambiente económico favorable.

Tercero, un estudio reciente demostró que el 73,8% de los turistas extranjeros que realizaron su viaje en 2011, preferían actividades que involucren turismo cultural, y la diferencia porcentual realizó ecoturismo. El turista nacional efectuó las mismas actividades que tan solo fueron 26% en turismo cultural y 10% en turismo ecológico. Precisamente, este tipo de actividades culturales y ecológicas son aquellas que ofrece La Hostería Pine Tree a su segmento de mercado. A consecuencia de esto y de los precios fijados por la competencia se ha decidido tener una tarifa promedio, es decir, lo que se cobra por una noche sin descuentos de:

Escenario Normal			
	Simple	Doble	Triple
Tarifa Promedio Cabaña	\$ 80,00	\$ 110,00	\$ 140,00
Tarifa Promedio Hab	\$ 45,00	\$ 65,00	
Costo Cabaña	15%	17%	19,0%
Costo Hab	15%	17%	
% Ocupacion	60,2%		
Dias	365		

Tabla 5

- Cabaña matrimonial simple: \$80
- Cabaña doble: \$110
- Cabaña triple: \$140
- Habitación simple: \$45
- Habitación doble: \$65

En el caso de la cafetería, La Hostería Pine Tree, ofrecerá un menú tipo orgánico realizado con la materia prima de los alrededores y también de su propia huerta. El target de la cafetería va enfocado a personas que les agrada estar saludables, que buscan una desintoxicación y al mismo tiempo una experiencia diferente. También, un potencial cliente son familias, amigos o grupos que estén viajando de Quito al Quinche o viceversa. Además, estarían aquellos turistas inclinados a conocer la biodiversidad de Yaruquí y sus hermosos alrededores.

Por último, uno de los puntos más relevantes es que la Hostería Pine Tree ofrece una experiencia única. La arquitectura que se ejecutará en el proyecto es muy particular, el hecho de estar hospedado en una habitación escondida entre los árboles, con un ambiente ecológico es una toda una aventura. La comida orgánica, la naturaleza del lugar y las actividades relajantes forman parte de un evento exclusivo que solo este establecimiento podrá otorgar. Todas estas cualidades forman parte de la ventaja competitiva del hotel y con ello nuestro producto será popular dentro de nuestro segmento de mercado, además de que nos permiten diferenciarnos de la competencia directa e indirecta.

PRONOSTICO DE INGRESOS Y GASTOS

Índice de rotación, cheque promedio y ventas (estimados):

Capacidad					
	30				
	Rotación / Ocupación	Indice de rotación	Cheque Promedio	Ventas anuales	Ventas Diarias
Desayuno	80%	0.80	\$ 10.50	\$ 91,980.00	\$ 252.00
Cena	70%	0.70	\$ 8.50	\$ 65,152.50	\$ 178.50
				\$ 157,132.50	\$ 430.50

Tabla 6

Posteriormente, se analizará tres flujos Operativos que se han realizado con la recopilación de datos estimados del mercado. Estos tres flujos serán desarrollados en ambientes distintos.

Primero, un escenario normal; segundo, un escenario optimista y, por último, un pesimista.

Proyección de ventas

Ventas Habitaciones	# De Habitaciones	Ventas	Costos
Simple Cabaña	4	\$ 70.313,60	\$ 10.547,04
Dobles Cabaña	3	\$ 72.510,90	\$ 12.326,85
Tripes Cabaña	3	\$ 92.286,60	\$ 17.534,45
Simple Hab	5	\$ 49.439,25	\$ 7.415,89
Doble Hab	5	\$ 71.412,25	12140,0825
Total	20	\$ 355.962,60	\$ 59.964,32
Ingresos por venta			\$ 295.998,28

Ventas A & B	
Capacidad	30
Horarios de Atención	
Desayuno	7h00 - 10h00
Cena	18h00 - 21h00
Cheque Promedio	
Desayuno	\$ 10,50
Cena	\$ 8,50
RevPash	
Desayuno	8,4
Cena	5,95
Servicio	15%

Ventas	Rotacion	Cheque Promedio	Ventas Anuales
Desayuno	80%	\$ 10,50	\$ 91.980,00
Cena	70%	\$ 8,50	\$ 65.152,50
Total			\$ 157.132,50
Food Cost Promedio		29,31%	\$ 46.051,91
Ingresos por Ventas			\$ 111.080,59

Tour y Servicios	Precio Por Persona	% de Uso	% Costo	Ventas	Costos
Tour Gastronomico	\$ 40,00	40%	30%	\$ 5.840,00	\$ 1.752,00
Clase Yoga	\$ 25,00	35%	30%	\$ 3.193,75	\$ 958,13
Expediciones	\$ 25,00	35%	30%	\$ 3.193,75	\$ 958,13
Tour Atracciones	\$ 50,00	50%	30%	\$ 9.125,00	\$ 2.737,50
Ingreso Por Servicios				\$ 21.352,50	\$ 6.405,75

Ventas crecimiento	1,1%	anual
Costos Crecimiento	1,1%	
Tasa Depreciación	10%	años
Linea Recta	10	Años
Costo Fijo Hab	15%	ventas
Costo Variable Hab	16,60%	ventas
Costo Fijo A&B	15%	ventas
Costo VariableA&B	29,31%	Costo total
Otros Gastos	12,00%	UB
Capital Trabajo Ctotal	20%	
Impuestos	34%	
Costo de Oprtunidad	12%	WACC

Inversion Inicial	Tamaño	mts ²	%	Costo mts ²	Costo
Lobby	Area de Hab	165	11,51%	1200	\$ 198.000,00
Back House	20X18	360	25,12%	1000	\$ 360.000,00
Hab Simple	5x4X5 Hab	75	5,23%	1100	\$ 82.500,00
Hab Doble	5x5X5 Hab	90	6,28%	1100	\$ 99.000,00
Cabaña Simple	5x5X4 Cab	80	5,58%	1200	\$ 96.000,00
Cabaña Doble	5x6X3 Cab	90	6,28%	1200	\$ 108.000,00
Cabaña Triple	5x6X3 Cab	90	6,28%	1200	\$ 108.000,00
Piscina	3x2x1X3 Unidades	18	1,26%	80	\$ 1.440,00
Cafetería	1,5 mts ² x 30	45	3,14%	1200	\$ 54.000,00
Garage	4x7 X 15 carros	420	29,31%	100	\$ 42.000,00
Total		1433			\$ 1.148.940,00

Tabla 7

Flujo de Efectivo:

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Hab		\$ 355.962,60	\$ 359.878,19	\$ 363.836,85	\$ 367.839,05	\$ 371.885,28
Ventas A&B		\$ 157.132,50	\$ 158.860,96	\$ 160.608,43	\$ 162.375,12	\$ 164.161,25
Ingresos x servicios		\$ 21.352,50	\$ 21.587,38	\$ 21.824,84	\$ 22.064,91	\$ 22.307,63
Costo Fijo Hab		\$ 53.394,39	\$ 53.394,39	\$ 53.394,39	\$ 53.394,39	\$ 53.394,39
Costo Fijo A&B		\$ 23.569,88	\$ 23.569,88	\$ 23.569,88	\$ 23.569,88	\$ 23.569,88
Costo Variable Hab		\$ 59.964,32	\$ 60.623,92	\$ 61.290,79	\$ 61.964,99	\$ 62.646,60
Costo Servicios		\$ 6.405,75	\$ 6.476,21	\$ 6.547,45	\$ 6.619,47	\$ 6.692,29
Costo Variable A&B		\$ 46.051,91	\$ 46.558,48	\$ 47.070,62	\$ 47.588,40	\$ 48.111,87
Utilidad Bruta		\$ 345.061,36	\$ 349.703,64	\$ 354.396,99	\$ 359.141,96	\$ 363.939,13
Gastos Mercadeo		\$ 13.802,45	\$ 13.988,15	\$ 14.175,88	\$ 14.365,68	\$ 14.557,57
Otros Gastos		\$ 41.407,36	\$ 41.964,44	\$ 42.527,64	\$ 43.097,04	\$ 43.672,70
Salarios		\$ 51.759,20	\$ 52.455,55	\$ 53.159,55	\$ 53.871,29	\$ 54.590,87
Depreciación		\$ 114.894,00	\$ 114.894,00	\$ 114.894,00	\$ 114.894,00	\$ 114.894,00
UAll		\$ 123.198,34	\$ 126.401,51	\$ 129.639,92	\$ 132.913,95	\$ 136.224,00
Impuestos		\$ 41.887,43	\$ 42.976,51	\$ 44.077,57	\$ 45.190,74	\$ 46.316,16
Depreciación		\$ 114.894,00	\$ 114.894,00	\$ 114.894,00	\$ 114.894,00	\$ 114.894,00
FEO		\$ 196.204,90	\$ 198.319,00	\$ 200.456,35	\$ 202.617,21	\$ 204.801,84
Inversión	\$ (1.148.940,00)					
KT	-36596,09832	\$ (233,24)	\$ (235,80)	\$ (238,40)	\$ (241,02)	\$ (243,67)
FEO Neto	\$ (1.185.536,10)	\$ 195.971,67	\$ 198.083,20	\$ 200.217,95	\$ 202.376,19	\$ 204.558,17

	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas Hab	\$ 375.976,02	\$ 380.111,76	\$ 384.292,99	\$ 388.520,21	\$ 392.793,93
Ventas A&B	\$ 165.967,02	\$ 167.792,66	\$ 169.638,38	\$ 171.504,40	\$ 173.390,95
Ingresos x servicios	\$ 22.553,01	\$ 22.801,09	\$ 23.051,90	\$ 23.305,48	\$ 23.561,84
Costo Fijo Hab	\$ 53.394,39	\$ 53.394,39	\$ 53.394,39	\$ 53.394,39	\$ 53.394,39
Costo Fijo A&B	\$ 23.569,88	\$ 23.569,88	\$ 23.569,88	\$ 23.569,88	\$ 23.569,88
Costo Variable Hab	\$ 63.335,71	\$ 64.032,41	\$ 64.736,76	\$ 65.448,87	\$ 66.168,81
Costo Servicios	\$ 6.765,90	\$ 6.840,33	\$ 6.915,57	\$ 6.991,64	\$ 7.068,55
Costo VariableA&B	\$ 48.641,10	\$ 49.176,16	\$ 49.717,09	\$ 50.263,98	\$ 50.816,89
Utilidad Bruta	\$ 368.789,07	\$ 373.692,35	\$ 378.649,58	\$ 383.661,33	\$ 388.728,21
Gastos Mercadeo	\$ 14.751,56	\$ 14.947,69	\$ 15.145,98	\$ 15.346,45	\$ 15.549,13
Otros Gastos	\$ 44.254,69	\$ 44.843,08	\$ 45.437,95	\$ 46.039,36	\$ 46.647,39
Salarios	\$ 55.318,36	\$ 56.053,85	\$ 56.797,44	\$ 57.549,20	\$ 58.309,23
Depreciación	\$ 114.894,00	\$ 114.894,00	\$ 114.894,00	\$ 114.894,00	\$ 114.894,00
UAI	\$ 139.570,46	\$ 142.953,72	\$ 146.374,21	\$ 149.832,32	\$ 153.328,46
Impuestos	\$ 47.453,96	\$ 48.604,27	\$ 49.767,23	\$ 50.942,99	\$ 52.131,68
Depreciación	\$ 114.894,00	\$ 114.894,00	\$ 114.894,00	\$ 114.894,00	\$ 114.894,00
FEO	\$ 207.010,50	\$ 209.243,46	\$ 211.500,98	\$ 213.783,33	\$ 216.090,79
Inversión					
KT	\$ (246,35)	\$ (249,06)	\$ (251,80)	\$ (254,57)	\$ (257,37)
FEO Neto	\$ 206.764,15	\$ 208.994,40	\$ 211.249,18	\$ 213.528,76	\$ 215.833,42

	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15
Ventas Hab	\$ 397.114,67	\$ 401.482,93	\$ 405.899,24	\$ 410.364,13	\$ 414.878,14
Ventas A&B	\$ 175.298,25	\$ 177.226,53	\$ 179.176,02	\$ 181.146,96	\$ 183.139,57
Ingresos x servicios	\$ 23.821,02	\$ 24.083,05	\$ 24.347,96	\$ 24.615,79	\$ 24.886,56
Costo Fijo Hab	\$ 53.394,39	\$ 53.394,39	\$ 53.394,39	\$ 53.394,39	\$ 53.394,39
Costo Fijo A&B	\$ 23.569,88	\$ 23.569,88	\$ 23.569,88	\$ 23.569,88	\$ 23.569,88
Costo Variable Hab	\$ 66.896,66	\$ 67.632,53	\$ 68.376,48	\$ 69.128,62	\$ 69.889,04
Costo Servicios	\$ 7.146,30	\$ 7.224,91	\$ 7.304,39	\$ 7.384,74	\$ 7.465,97
Costo VariableA&B	\$ 51.375,87	\$ 51.941,01	\$ 52.512,36	\$ 53.089,99	\$ 53.673,98
Utilidad Bruta	\$ 393.850,83	\$ 399.029,79	\$ 404.265,73	\$ 409.559,26	\$ 414.911,02
Gastos Mercadeo	\$ 15.754,03	\$ 15.961,19	\$ 16.170,63	\$ 16.382,37	\$ 16.596,44
Otros Gastos	\$ 47.262,10	\$ 47.883,58	\$ 48.511,89	\$ 49.147,11	\$ 49.789,32
Salarios	\$ 59.077,62	\$ 59.854,47	\$ 60.639,86	\$ 61.433,89	\$ 62.236,65
Depreciación	\$ 114.894,00	\$ 114.894,00	\$ 114.894,00	\$ 114.894,00	\$ 114.894,00
UAI	\$ 156.863,07	\$ 160.436,56	\$ 164.049,35	\$ 167.701,89	\$ 171.394,60
Impuestos	\$ 53.333,44	\$ 54.548,43	\$ 55.776,78	\$ 57.018,64	\$ 58.274,16
Depreciación	\$ 114.894,00	\$ 114.894,00	\$ 114.894,00	\$ 114.894,00	\$ 114.894,00
FEO	\$ 218.423,63	\$ 220.782,13	\$ 223.166,57	\$ 225.577,25	\$ 228.014,44
Inversión					
KT	\$ (260,20)	\$ (263,06)	\$ (265,96)	\$ (268,88)	\$ 40.105,46
FEO Neto	\$ 218.163,43	\$ 220.519,07	\$ 222.900,62	\$ 225.308,37	\$ 268.119,89

Análisis de la rentabilidad del proyecto

Después de haber realizado el flujo de efectivo con datos aproximados reales, tomando en cuenta las fluctuaciones de mercado, los costos operativos que utilizan las empresas del sector y una tasa de depreciación adecuada, se obtuvo los siguientes resultados:

VNA	\$ 231.139,48	A 15 años
TIR	15,40%	A 15 años

Como se puede apreciar en la tabla del VAN y TIR, a partir de los 15 años, el proyecto se vuelve rentable, a consecuencia de que el valor actual neto es positivo y el retorno sobre la inversión nos indica que va a existir un reintegro del 15,40%.

DISEÑO Y ARQUITECTURA

Programa de espacio

El análisis del espacio lo realizamos de acuerdo a los planos arquitectónicos planteados, por lo tanto, podremos ver el espacio distribuido de la siguiente manera en la tabla 4.1:

Programa de Espacio	Área en m2
Parqueaderos y circulación vehicular	200
Bodegas	117.79
Área Verde	450
Pérgolas	69
Oficina	19.36
Hall PB y P1	172.5
Área Administrativa	36.36
Cocina	22.8
Cafetería	50.42
Vestidores	32
Área de servicio	36.57
Baño Lobby	37.9
Terrazas	97.6
Habitaciones	546.98
Áreas de recreación	200
AREA TOTAL	1889.28

Tabla 4.1

En el anexo 3 podremos ver más clara y detalladamente la fachada, las entradas, parqueaderos, señalización, habitaciones y entre demás áreas de la Hostería Pine Tree.

Guest Room Área

En esta parte analizaremos el área del uso de espacio, para el proyecto planteado de la Hostería Pine Tree se usó un 95% del área del terreno. El mayor porcentaje, que es un 65%

del área total del hotel, está dedicado a las habitaciones, ya que esto es lo que le hace atractivo a nuestro establecimiento.

El diseño de nuestras cabañas como “casa de árbol” es lo que causará el impacto en la experiencia de nuestros clientes, ya que como hemos dicho anteriormente, nuestro target va enfocado a turistas extranjeros y locales principalmente ambientalistas. De igual manera, las habitaciones que se encuentran en la planta alta del lobby del hotel irán más enfocadas para clientes que no disfruten tanto el contacto con la naturaleza.

El hotel está dividido en tres partes, tenemos el subsuelo (S), la planta baja (PB), y la planta alta (P1):

-En el subsuelo podemos encontrar las bodegas, tanto para housekeeping, como para cocina respectivamente; asimismo, tenemos un ingreso para los camiones o carros de los proveedores.

-En la planta baja tenemos, primeramente, el ingreso al parqueadero, la entrada principal al hotel en la que podemos encontrar el lobby, el cual consta de recepción, oficina, baños para huéspedes, baños y vestidores del personal; también encontramos la cocina, cafetería y bar. Fuera del lobby tenemos áreas de descanso y relajación, asimismo, una gran área verde en la que podremos encontrar áreas de recreación como piscina y jacuzzi.

-En la planta alta podemos encontrar nuestras primeras seis habitaciones, un corredor suficientemente amplio para transitar y varias áreas exteriores y terrazas accesibles. Saliendo por la terraza tenemos unos puentes largos en los que se encuentran las cabañas como “casa de árbol”, distribuidas respectivamente para así tener quince se éstas, también en medio de

las cabañas tenemos una bodega de housekeeping para así poder distribuir de mejor manera a dichas cabañas.

Con respecto a la transportación vertical, el área de los corredores es lo suficientemente amplia para que puedan transitar nuestros huéspedes con comodidad; de igual manera, existe suficiente espacio para que puedan movilizarse las amas de llave con sus respectivos carritos para hacer la limpieza. Asimismo, para movilizarse para las cabañas que se encuentran en el área exterior de la planta alta, tenemos un puente muy grande el cual nos lleva por cada una de las habitaciones. Este puente tiene suficiente espacio para que transite el carro de housekeeping y varias personas al mismo tiempo; de igual manera, podemos encontrar áreas de descanso en el mismo.

En el subsuelo, en la parte de bodega, encontramos un ascensor que va directamente a la cocina que nos da mayor facilidad y sirve especialmente para transportar los alimentos e implementos de limpieza; también, tenemos un ascensor que se utilizará solamente para el personal.

En la planta baja podemos encontrar las escaleras y el ascensor alado de la recepción para mayor comodidad de los clientes y de los empleados del hotel.

Guest Room Mix y Guest Room Design

La Hostería Pine Tree cuenta con 6 habitaciones y 15 cabañas de casa de árbol. A continuación, detallaremos cuantas habitaciones y cabañas simples, dobles, matrimoniales y

triples tenemos, pero con sus respectivos tipos de camas en cada uno. Así, “Q” para camas Queen y “DD” para camas de dos plazas, ya que solamente contamos con este tipo de camas.

Entre las habitaciones tenemos:

- 1 simple (DD)
- 2 dobles (DD)
- 2 matrimoniales (Q)
- 1 triple (DD)

Y en las cabañas podemos encontrar:

- 4 simples (DD)
- 4 dobles (DD)
- 4 matrimoniales (Q)
- 3 triples (DD)

Cada habitación y cabaña aparte de las camas designadas, constan de un armario, un baño con tina y ducha, lavabo y retrete; también, tienen un sofá, uno o dos veladores dependiendo del tipo de habitación o cabaña y un estante grande. Como dijimos anteriormente, las habitaciones y cabañas no tienen servicio de televisión debido a que es un hotel ecológico y lo que queremos crear es un ambiente de relajación y conexión con la naturaleza.

Descripción de la cocina

La cocina estará organizada de tal manera que no interrumpa la línea de producción, es decir, que las áreas están distribuidas de tal manera que no afectará la movilidad ni desempeño de los empleados. En esta estarán trabajando un chef y un asistente por lo que el área establecida en los planos es suficiente para que tres personas trabajen cómodamente.

La cocina se encuentra conectada directamente con las bodegas mediante unos pequeños elevadores que permiten una mayor accesibilidad a los productos e implementos de cocina. Esto se ha realizado con el propósito de que el producto final salga rápido y que el proceso sea eficiente y apropiado, intentando evitar pasos extras innecesarios en el proceso.

Existen dos cocinas debido a que en una se realiza el mise en place, además de tener las refrigeradoras, máquina de hielo y lavaplatos mientras que en la otra se prepara todo lo demás, es decir se emplata el producto final. En esta cocina habrá un refrigerador secundario, cocinas y todo lo necesario para la producción.

Estas áreas estarán conectadas a bodega mediante un elevador pequeño para la facilidad de los trabajadores e incluso estas estarán unidas subterráneamente en caso de necesitar comunicación o adquisición de algún producto, y con ello no perturbar la experiencia del cliente.

Área de bodegas

Las bodegas son unos de los puntos más importantes de la operación, por eso se enfatizó el cuidado de su posición. La bodega principal es un subsuelo el cual se ingresa por la puerta secundaria por donde entran empleados y proveedores. Los proveedores entran para despachar la mercadería justo en la puerta de la despensa que se encuentra adjunta al cuarto de máquinas. Esta conecta las dos cocinas (principal y “de mise en place”). El administrador de alimentos y bebidas cerciora que el pedido sea el correcto y de igual forma que esta se encuentre en buen estado. Este sistema permite que todo en la bodega esté registrado, así el Chef y el administrador de A y B (son únicas personas que tiene acceso) podrán tomar los alimentos después de haber hecho la debida comanda.

Las bodegas estarán conformadas por un cuarto frío, otra zona para productos que se deben tener a temperatura ambiente, otra para mantenimiento y también un cuarto para amenidades y objetos del hotel.

Con respecto al almacenamiento de los alimentos todo estará al menos 15 cm del suelo en estantes para acomodar y separar los alimentos. Esto ayudará a que no exista contaminación cruzada ni por suciedad del suelo o paredes, además de mantener la mercadería organizada y a la mano.

Oficinas

Solo habrá una oficina en todo el edificio, en esta estará la persona encargada de bodega y A&B, otra encargada del marketing y publicidad y una persona de administración que manejará la logística y la contabilidad. Cada una de estas personas tendrá su escritorio

personal con su computadora y dentro de esta se tendrá un armario con todos los artículos de oficina necesarios. Con respecto a la estructura, esta será central para que cada uno de los funcionarios tenga el debido control sobre sus respectivas áreas.

Recibidor y basura

Con respecto a la basura, el departamento de Housekeeping es aquel que se encargará la basura de las habitaciones y en las áreas comunales; en cocina, el posillero y en cocina el camarero. Toda esta basura se acumulará y se separará por los empleados (rotativamente) los materiales que pueden ser reciclados. Ya cuando la basura esté organizada esta será deposita en los basureros ubicados en la calle superior del terreno para que así el camión encargado de la recolección la retire en sus debidos días.

Área de empleados

El área de empleados como se puede apreciar en los planos está del lado derecho de la construcción, esto permite que ellos entren por la puerta secundaria. Este sector tiene sus propios baños y vestidores para su comodidad. En esta área los empleados tendrán lockers para la seguridad de sus pertenencias, además de comodidad de fácil acceso a las diferentes partes del hotel y cocina.

Lavandería y Housekeeping

Con respecto a Lavandería va ser tercerizada llamada “EcoClean”, la cual es a domicilio y cobra por peso. Este sistema es adecuado ya que reduce mucho los costos operativos del hotel, ya que no se tiene que realizar compra ni mantenimiento de este departamento. Con respecto a Housekeeping tendrá una bodega prácticamente ubicada en la mitad de las habitaciones, para que se facilite la accesibilidad y también el transporte de todos los utensilios de limpieza, además de que en esta bodega se guardará las sábanas, almohadas y un porcentaje de las amenidades.

Mantenimiento

La bodega de mantenimiento se encontrará en el subsuelo, todas las herramientas al igual que los alimentos se podrán en estantes. Estas herramientas estarán clasificadas y también tendrán su inventario, se podrá encontrar todo lo necesario para el cuidado del hotel, piscina, jardines y restaurante.

Piscina y áreas recreativas

La piscina y el jacuzzi van a estar adjuntas al hotel, estas estarán la mayoría del tiempo temperadas, ya que el clima de la zona suele ser fría en ciertas épocas del año. La piscina va estar nivelada para que sea apta para niños y adultos.

Por otro lado, las áreas recreativas se dividen en varias. Existirán unas por el lobby y el restaurante, sin embargo, también habrá otras en la parte superior adjunta a las habitaciones

y otras regadas por los jardines. Cada una tendrá su toque distinto y algunas serán para fumadores, no obstante, tendrán el mismo concepto para que vaya alineado con la promesa de servicio del hotel.

Huerta

La huerta va a ser parte del valor agregado que nos diferencien de los otros hoteles de la zona. Esta estará ubicada en la parte derecha del hotel y en ella se plantarán todos los productos necesarios para la fabricación de los platos del restaurante, inclusive se considera que los huéspedes pueden interactuar con la huerta si lo desean y así tendrán una pequeña clase de agronomía en tierra de montaña.

PROGRAMA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Cafetería – bar y su menú

La Hostería Pine Tree ofrecerá servicio de Bar y Cafetería desde las 06h00 hasta las 22h00, debido a que solamente ofreceremos desayunos, sánduches, postres y bebidas alcohólicas y soft drinks.

La carta de la cafetería constará de:

- Sánduche de jamón
- Sánduche de queso
- Sánduche de jamón y queso
- Sánduche veggie

- Picada
- Sánduche mixto
- Sánduche dulce
- Sánduche especial
- Galleta de remolacha

La carta de bebidas alcohólicas y soft drinks constará de:

- Jugo de manzana y piña
- Jugo de piña y espinaca
- Jugo de remolacha y sandía
- Jugo de naranja y zanahoria
- Cerveza Pilsener
- Cerveza Club
- Gaseosas

Para poder publicar los precios de venta al público, se ha trabajado con recetas estándares y se ha realizado los costos manteniendo un margen de utilidad que se detallará en cada receta estándar, las cuales podemos observar en el anexo 4.

Costos generales y precios de venta A&B

Dentro de los costos generales y precios de venta, entran las recetas estándares, en las cuales detallamos paso a paso que ingredientes tendrán y cuál es el precio por cada unidad, kg, litro, etc.; también, el costo total, PVP (sin iva), PVP (con iva), el margen de utilidad de cada receta y Food Cost de cada elemento que tendremos en el menú, en el que constan, sándwiches, postres y jugo.

RECURSOS HUMANOS

En la creación de la Hostería Pine Tree se han determinado algunos para determinar las personas que trabajarán en el establecimiento:

- La legislación vigente señala que la norma que el trabajador debe cumplir son 40 horas de trabajo a la semana, con la posibilidad de poder realizar horas extras, con el debido pago de remuneración correspondiente a dichos horarios adicionales.

- Respecto al tipo y a la cantidad de trabajo que tendrán los empleados de la Hostería, tratándose de un establecimiento con características que hemos señalado en capítulos anteriores, se necesitará por lo menos 15 empleados distribuidos respectivamente de la siguiente manera:

- 1 gerente general
- 1 contador/a
- 4 recepcionistas (horario rotativo)
- 1 mesero
- 1 barman
- 1 chef
- 1 ayudante de chef
- 3 amas de llave
- 1 persona de mantenimiento
- 1 bodeguero

- Seguridad social: la Hostería Pine Tree afiliará a sus empleados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) desde el primer día de trabajo de cada uno, en sujeción a las normas legislativas vigentes establecidas.

- También, según lo que establece la legislación ecuatoriana, en los tiempos que la norma vigente nos indica, se entregará los salarios adicionales correspondientes a los empleados, como:

- Décimo tercer sueldo (total percibido durante el año, dividido para 12).
- Décimo cuarto sueldo (un salario mínimo vital general por año).

- La siguiente tabla representa los sueldos que recibirán cada uno de nuestros empleados (esto va enfocado para un año de sueldos):

RECURSOS HUMANOS					
	Sueldo Básico	Sobretiempos	Total mensual	Total Anual	TOTAL
GERENCIA RECEPCION					\$47,400.00
Gerente General	\$ 800.00	\$ -	\$ 800.00	\$ 9,600.00	
ADMINISTRACION				\$ -	
Contador/a	\$ 650.00	\$ -	\$ 650.00	\$ 7,800.00	
Recepcionista 1	\$ 500.00	\$ -	\$ 500.00	\$ 6,000.00	
Recepcionista 2	\$ 500.00	\$ -	\$ 500.00	\$ 6,000.00	
Recepcionista 3	\$ 500.00	\$ -	\$ 500.00	\$ 6,000.00	
Recepcionista 4	\$ 500.00	\$ -	\$ 500.00	\$ 6,000.00	
Recepcionista 5	\$ 500.00	\$ -	\$ 500.00	\$ 6,000.00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS				\$ -	\$25,800.00
Chef	\$ 500.00	\$ -	\$ 500.00	\$ 6,000.00	
Ayudante de chef	\$ 450.00	\$ -	\$ 450.00	\$ 5,400.00	
Mesero 1	\$ 400.00	\$ -	\$ 400.00	\$ 4,800.00	
Mesero 2	\$ 400.00	\$ -	\$ 400.00	\$ 4,800.00	
Barman	\$ 400.00	\$ -	\$ 400.00	\$ 4,800.00	
HOUSEKEEPING				\$ -	\$13,140.00
Camarera 1	\$ 365.00	\$ -	\$ 365.00	\$ 4,380.00	
Camarera 2	\$ 365.00	\$ -	\$ 365.00	\$ 4,380.00	
Camarera 3	\$ 365.00	\$ -	\$ 365.00	\$ 4,380.00	
MANTENIMIENTO				\$ -	\$ 8,760.00
Mantenimiento	\$ 365.00	\$ -	\$ 365.00	\$ 4,380.00	
Bodeguero	\$ 365.00	\$ -	\$ 365.00	\$ 4,380.00	
TOTAL SUELDOS					\$95,100.00

Tabla 8

Sin embargo, la seguridad será tramitada directamente con G4S. Es una empresa de servicios de seguridad privada, entre otras cosas. Sus guardias están entrenados y equipados para proveer vigilancia y protección permanente. Gracias a sus antecedentes hemos decidido que la seguridad de nuestro hotel sea controlada por esta empresa.

- Debido a que siempre debe haber una persona en recepción y que los horarios serán rotativos habrá dos personas en el horario de 06h00 a 14h00, otras dos personas en el horario de 14h00 a 22h00 y una sola persona en el horario de la noche que es de 22h00 a 06h00, y siempre irán cambiando para que los horarios sean equitativos.

PLAN DE COMUNICACIÓN DE MARKETING

Los medios de comunicación para que nuestro segmento de mercado esté al tanto de la Hostería Pine Tree es sumamente importante. No obstante, los canales de distribución para cada segmento son distintos por lo que se ha realizado un plan considerando este aspecto.

Brand.com

Lo primero y más importante es la creación de la página web del hotel, la cual se realiza por la compañía ecuatoriana diseñadora de sitios web llamada "Alfa Digital". Esta página transmitirá nuestro mensaje, el cual es una empresa ecológica que ofrece varios servicios turísticos en la zona de Yaruquí y Quito, además de estar ubicada cerca del aeropuerto en zona donde se puede respirar aire puro de las montañas (se mostrarán imágenes del hotel y de zonas aledañas).

En la página web se realizarán ofertas y para ello se pondrán los números de teléfono de la recepción para que estos puedan negociar un mejor precio. Incluso para que la experiencia sea más personal y eficiente.

Google:

A consecuencia de que a la mayoría de nuestro segmento realiza compras por internet, se tendrá que optimizar esta opción. Esto es debido a que este consumidor le gusta conocer el mercado hotelero y las actividades que ofrece la región, además de tener un vistazo previo al producto. Para esto se creará una cuenta en Google+ con el fin de poder tener anuncios en la página de búsqueda de hoteles en Quito. Como complemento para esta herramienta se implementará una cuenta en Google AdWords con palabras clave de bajo y medio costo para que nuestros clientes nos puedan encontrar con facilidad.

Facebook:

Facebook es conocido por ser una de las páginas web con más al día. Esta red social es autogenerada por los mismos usuarios, sin embargo, también se puede realizar páginas corporativas y publicidad. Es importante poder estar presente en este medio masivo para poder mostrar fotos del establecimiento e incluso realizar un tipo de publicidad creativa para que esta sea compartida.

Se utilizará la opción de empresa para que esta sea como publicidad en la página principal y así estar presentes en la mente del consumidor. A diferencia de una cuenta normal en Facebook, una cuenta empresarial permite utilizar algoritmos que muestran en la búsqueda

de alojamiento en Quito, o también búsqueda de vuelos a Quito. Esto se conecta y muestra al posible cliente el hotel a través de herramientas conocidas como “cookies”. Por estas razones se ha decidido crear esta cuenta y así estar cada vez tener más peso en el mercado hotelero.

Twitter:

Se realizará el mismo sistema que para “Facebook”, no obstante, la estrategia se verá más aplicada en imágenes y comentarios con posible desarrollo viral. Que el cliente se identifique con los “post” que se realizará. Otro punto diferente, va a ser que la cuenta en Twitter estará enfocada al segmento de mercado establecido previamente (mercado extranjero) en donde los anuncios serán entregados por zona geográfica y así pudiendo segmentar y penetrar el mercado de una forma eficiente.

Instagram:

Uno de los valores agregados que va a tener el Hostería Pine Tree va a ser sus hermosos jardines y cabañas de árbol. Es importante tener fotos de alta calidad y un enfoque artístico para que estas imágenes se vuelvan populares en las redes. Inclusive esta es una gran forma de realizar publicidad con alto nivel de alcance y con un costo muy bajo.

Booking:

Booking es uno de los OTA (online travel agencies) más utilizado en el mercado que se está atacando, esta muestra imágenes reales y comentarios por clientes que han utilizado previamente los servicios del hotel. Entonces, posibles clientes que les interesa mucho investigar y escuchar opiniones reales de experiencia pasadas de otros usuarios, usualmente utilizan Booking. Es por esta razón que se implantará esta cuenta, además de ser un intermediario para que el hotel tenga presencia en el mercado hotelero y este sea siempre considerado como una opción de un hotel inusual.

Expedia:

Expedia, a pesar de que sea un OTA que posee una de las tasas de comisión más alta, también es una de las más visitadas, inclusive, su gama de productos permite tener otra experiencia de compra. A consecuencia de eso se invertirá un porcentaje menor al que se utiliza en Booking, sin embargo, se pondrá más énfasis en épocas de temporada baja.

TripAdvisor:

TripAdvisor, es uno de los lugares en red en donde las personas crean el contenido de la página, es decir, que los usuarios han sido clientes previos de algún local y les interesa dar a conocer su opinión sobre su experiencia, sea negativa o positiva.

El propósito de esta adquisición va ser parte de la comunidad de “reviews” y que le interesa este tipo de cliente. Al dar un producto de calidad con un buen servicio esto va a ayudar que

se distribuya el mensaje que se quiere dar. Inclusive, se puede conseguir un “Award” que dará prestigio internacional al hotel.

Airbnb:

El crecimiento de Airbnb es exponencial, de tal forma que se ha vuelto una amenaza para el empresario hotelero. No obstante, no se debe ver esta herramienta como una desventaja, sino como otro medio para poder distribuir la información y la imagen del hotel. Es completamente permitido que los hoteles realicen su propio perfil en este medio y así captar un poco de ese mercado que tiene esta compañía.

Despegar:

Despegar.com a pesar de ser estar fuera del mercado extranjero que se desea, no hay que dejar de parte que el mercado Latino también es muy amplio. Esta página que permite enlazar los vuelos con los hoteles es muy famosa en Latinoamérica, y cada vez su crecimiento en uso es mayor. Esta no está disponible todo el tiempo, ya que su costo sería muy alto, entonces se abrirá la disponibilidad en feriados y festividades dependiendo el país.

Priceline:

Priceline se caracteriza por un canal opaco, esto se refiere a que el consumidor no conoce el producto hasta después de haber realizado la compra y este solo puede ver el precio y la zona. Esta herramienta es muy útil para llenar esas últimas habitaciones del hotel y así tener una

ocupación menor. Sin embargo, esta no estará disponible todo el año y se utilizará en épocas difíciles para llenar el establecimiento.

Groupon:

Este OTA se especializa en grupos de viaje, es decir, que organiza y planifica los detalles para un grupo de personas, tales como familia, amigos, viajes corporativos, retiros, bodas, etc. Es irrelevante no tener en cuenta a este segmento de mercado, ya que este un segmento con gran potencial y que usualmente generan mucha ganancia. A consecuencia de esto, Groupon se mantendrá abierto durante todo el año para que las cabañas siempre estén ocupadas.

Sabre:

Sabre es un GDS (Global Distribution System) el cual permite realizar la concesión en red sobre la disponibilidad del hotel todo el tiempo. Esta herramienta es utilizada por las agencias de viaje y aerolíneas, de tal forma que se vuelva algo indispensable. El costo de Sabre es sumamente bajo, sin embargo, permite al hotel ser encontrado y vendido por terceros que cobran comisiones al cliente. Este sistema posee una cobertura mundial gracias a una conexión llamada "switch", que permite entrelazar a todos los GDS, sin embargo, saber es más utilizado en Europa en donde se encuentra un gran porcentaje de nuestro mercado.

Ministerio de Turismo

Realizar convenios con el ministerio de turismo, es una buena opción para poder distribuir el producto y el mensaje del Hotel Pine Tree. Este, al ser un servicio innovador en la hotelería, tendrá acogida dentro de este ministerio, ya que ellos buscan que promocionar en el extranjero las maravillas que se posee en Ecuador.

De igual manera, Yaruquí es un pueblo que está en desarrollo turístico, al trabajar con las entidades encargadas de la promoción de pueblo, seguramente se tendrá beneficios al trabajar con ellos, ya que se estaría en la publicidad que ellos realicen en los distintos medios, como revistas, periódicos, páginas web y demás.

Bureau de Quito:

A pesar de que el Bureau de Quito no está bien desarrollado, actualmente su administración está cambiando, lo que tal vez tenga un impacto positivo en un futuro, por ende se deben cumplir los requisitos para que el Hotel está priorizado al momento que haya un evento en la capital.

Adaptación a dispositivos móviles:

En la actualidad como se ha podido percibir, el uso de la tecnología cada vez es mayor. Y a consecuencia de esto el uso de dispositivos móviles cada vez es más común. Un gran porcentaje de la población investiga sobre los hoteles y atracciones turísticas, y después realiza la reservación mediante este cómodo medio. Consecuentemente, se debe adaptar todas las páginas web para que sean compatibles y amigables con el usuario.

PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO

Como se demuestra anteriormente en el flujo de efectivo operativo, en el año en que se comience el proyecto se necesitará un capital de \$ 1.185.536,10. No obstante para esto se inflo el costo de metro cuadrado de construcción para que en cada área ya estén tomados en cuenta los equipamientos del hotel y del restaurante. Es decir que el metro cuadro propuesto por el arquitecto fue de un promedio de \$800 a \$900. Sin embargo, como se puede apreciar en la tabla de Inversión inicial, el costo está entre \$1000 y \$1200 dependiendo el área, el cual es un precio muy elevado sólo para construcción de un hotel ecológico, estos precios se utilizan para hoteles de lujo. A consecuencia de esto, se utilizará el capital restante para la compra de inmuebles, maquinaria, luces, jardines, decoración, etc.

El primer paso para la obtención de los \$ 1.185.536,10 es dividir este valor en porcentajes para obtener un distinto financiamiento. Primero, lo apropiado es distribuir el riesgo en diversas instituciones, es decir que el 40% de la inversión sea un préstamo en diferentes bancos. Al menos, distribuir el 10% en cuatro bancos con una tasa similar. Posteriormente, se emitirá acciones con una tasa que no perjudique al flujo y que justifiquen el 20% de la inversión inicial, es decir, una tasa menor pero que justifique el riesgo. Estas acciones tendrán una vida de 5 a 10 años dependiendo la clasificación de los mismos (comunes o preferentes). Por último, el 40% restante se debe asumir en un riesgo propio para evitar la inflación de las tasas de deuda y así tener control mayoritario sobre la empresa.

Antes de tener el capital completo se debe plantar los árboles de pino para el proyecto y esperar al menos 5 años que tomen forma adulta. Posteriormente, cuando ya se haya tenido el capital se empezará a efectuar la construcción y la compra de la maquinaria e inmuebles, adquisiciones de sistemas hoteleros y además se realizará la toma de decisiones sobre los

proveedores que se utilizarán y de igual manera el entrenamiento al personal. Antes de que la construcción esté casi completa, se realizará una campaña masiva de publicidad sobre la apertura de hotel, y cuando esté terminado se ejecutará un evento de inauguración en la cual se invitarán a los medios y personajes importantes de hotelería ecológica. Subsiguientemente, se continuará con el plan previsto y con el crecimiento establecido en la tabla de flujo.

Inversion Inicial					
	Tamaño	mts ²	%	Costo mts ²	Costo
Lobby	Area de Hab	165	11,51%	1200	\$ 198.000,00
Back House	20X18	360	25,12%	1000	\$ 360.000,00
Hab Simple	5x4X5 Hab	75	5,23%	1100	\$ 82.500,00
Hab Doble	5x5X5 Hab	90	6,28%	1100	\$ 99.000,00
Cabaña Simple	5x5X4 Cab	80	5,58%	1200	\$ 96.000,00
Cabaña Doble	5x6X3 Cab	90	6,28%	1200	\$ 108.000,00
Cabaña Triple	5x6X3 Cab	90	6,28%	1200	\$ 108.000,00
Piscina	3x2x1X3 Unidades	18	1,26%	80	\$ 1.440,00
Cafetería	1,5 mts ² x 30	45	3,14%	1200	\$ 54.000,00
Garage	4x7 X 15 carros	420	29,31%	100	\$ 42.000,00
Total		1433			\$ 1.148.940,00

Inversión	\$ (1.148.940,00)
KT	-36596,09832
FEO Neto	\$ (1.185.536,10)

Tabla 9

CONCLUSIONES

Retribuyendo a que el nuevo aeropuerto internacional “Mariscal Sucre” de Quito tuvo su reubicación en el sector de Tababela, la industria hotelera ha ido creciendo mucho estos dos últimos años en los sectores de Tababela, Yaruquí y Puembo. Por este motivo, hemos determinado lo siguiente:

- A pesar de que tendremos que esperar 5 años para construir el hotel debido a que este es el tiempo que los árboles de pino demoran en crecer, el proyecto se podrá crear fácil, rápida e inmediatamente en el momento en el que estos tengan un tamaño normal para comenzar a construir. Debido a esto, no se perderá mucho tiempo en construcción, ya que esto también nos ayuda a disminuir costos.
- La inversión que necesitamos para el proyecto es de \$1.185.536,10. Sin embargo, el proyecto planteado es viable debido a que la inversión se recuperará en un plazo razonable. (Verificar el capítulo “Análisis de Rentabilidad”)
- El momento de realizar el análisis financiero de la implementación del proyecto, obtuvimos índices financieros positivos (VAN: \$231.139,48; y TIR: 15,40%), por este motivo, todos los índices nos señalan una factibilidad financiera para la Hostería.

La Hostería Pine Tree se caracteriza por ofrecer a sus clientes un momento de relajación en medio de la naturaleza, alejarse de algunas tecnologías, disfrutar de un ambiente diferente al cotidiano y crear una experiencia diferente al cliente mediante su estadía en nuestras cabañas como casa de árbol. Esto, según los autores, son puntos favorables para el proyecto que hemos planteado, considerando el segmento de mercado al que nos hemos enfocado.

RECOMENDACIONES

- Recomendamos monitorear constantemente para siempre tener actualizada la oferta y demanda del mercado.
- Tener siempre informados a nuestros clientes sobre precios y promociones, y tener un seguimiento sobre los huéspedes que vamos teniendo para obtener un buen “boca a boca” y mantener su fidelidad.
- Siempre responder todas las inquietudes, deseos y necesidades que nuestros clientes tengan; asimismo, también las quejas, ya que esto nos ayuda a mejorar.
- Por último, se recomienda el uso de los datos del presente documento como base para una futura creación de la Hostería Pine Tree, si es que éste se quisiera poner en práctica.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (Anónimo, 2013). Prezi. Cambio de la matriz productiva. Extraído de:
<https://prezi.com/vl4wminwpmv/cambio-de-la-matriz-productiva-del-ecuador/>
- (SENPLADES, 2012). Folleto Informativo. Transformación de la Matriz Productiva. Extraído de:
http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- (BCE, 2015). Banco Central del Ecuador. Producto Interno Bruto. Extraído de:
<http://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/836-en-el-segundo-trimestre-de-2015-el-pib-de-ecuador-mostr%C3%B3-un-crecimiento-inter-anual-de-10>
- (Pensamiento Crítico, 2015). La Línea de Fuego. Protesta social, crisis económica y escenario político. Extraído de: <http://lalineadefuego.info/2015/07/14/protesta-social-crisis-economica-y-escenario-politico-ecuador-junio-y-julio-de-2015-por-pablo-ospina-peralta/>
- (INEC, 2015). Ecuador en Cifras. Inflación. Extraído de:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/02/Reporte_inflacion_01_2015.pdf
- (Quito Turismo, 2015). Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Servicio Turístico. Datos Hoteleros. Extraído de: <http://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/datos-turisticos-principales/category/65-datos-hoteleros>
- (Quito Turismo, 2015). Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Servicio Turístico. Llegada de turistas a Quito. Extraído de: <http://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/datos-turisticos-principales/category/64-llegada-de-turistas-a-quito>
- (Bravo, V., 2009). GEO. ¿Cómo debe ser un hotel ecológico? Extraído de:
<http://www.mundo-geo.es/green-living/como-debe-ser-un-hotel-ecologico>
- (Arqhys, S.f.). Arqhys Arquitectura. Suelos Rurales. Extraído de:
<http://www.arqhys.com/arquitectura/suelos-rurales.html>

ANEXOS

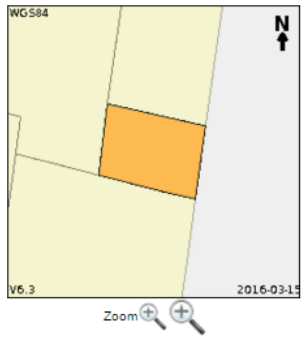
Anexo 1:

INFORMACIÓN CATASTRAL DEL LOTE EN UNIPROPIEDAD *

PROPIETARIO
 C.C./R.U.C.: 13*****06
 Nombre: REZABALA BENITEZ HECTOR ALEJANDRO

DATOS TÉCNICOS DEL LOTE

Número de predio:	51
Geo clave:	170104270131003111
Clave catastral anterior:	11003 08 014 000 000 000
En derechos y acciones:	NO
Área de lote (escritura):	144,00 m ²
Área de lote (levantamiento):	0,00 m ²
ETAM (SU) - Según Ord.#269:	8,04 % (+11,79 m ²)
Área bruta de construcción total:	381,34 m ²
Frente del lote:	9,13 m
Administración zonal:	NORTE
Parroquia:	RUMIPAMBA
Barrio / Sector:	S.GABRIEL



CALLES

# Fuente	* Nombre	Ancho (m)	Referencia	Radio curva de retorno	* Nomenclatura
1 SIREC-Q	AMERICA	0			
2 IRM	AMERICA AVENIDA	40	5 m a 20 metros del eje		

Para modificar o eliminar la información de las vías cuya fuente es el sistema SIREC-Q marcadas con (*), debe acercarse a la jefatura zonal de catastro de la Administración Zonal respectiva

REGULACIONES

ZONA Zonificación: C8 (C408-70) Lote mínimo: 400 m ² Frente mínimo: 12 m COS total: 560 % COS en planta baja: 70 % Forma de ocupación del suelo: (C) Continua con retiro frontal Uso principal: (M) Múltiple	PISOS Altura: 32 m Número de pisos: 8	RETIROS Frontal: 5 m Lateral: 0 m Posterior: 3 m Entre bloques: 6 m
---	--	--

Clasificación del suelo: (SU) Suelo Urbano
 Servicios básicos: SI

Anexo 2:





Anexo 3 (Recetas Estándar).

Sandwiches:

Sandwich de Jamón				
<i>Rendimiento número de porciones</i>			1 Pax	
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x Kg/L/Und	Total
Kg	0.100	Pan Artesanal	\$ 4.00	\$ 0.40
Kg	0.050	Jamón Orgánico	\$ 18.00	\$ 0.90
Pax	1.000	Tomates Deshidratado	\$ 0.17	\$ 0.17
Kg	0.010	Mostaza	\$ 5.00	\$ 0.05
Kg	0.015	Albahaca	\$ 5.00	\$ 0.08
			Costo Total	\$ 1.60
			PVP (sin iva)	\$ 5.00
			IVA	\$ 0.70
			PVP (con iva)	\$ 5.70
			Margen de Utilidad	\$ 4.11
			Food Cost	32%

Sandwich de Queso				
<i>Rendimiento número de porciones</i>			1 Pax	
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x Kg/L/Und	Total
Kg	0.100	Pan Artesanal	\$ 4.00	\$ 0.40
Kg	0.050	Queso artesanal	\$ 17.00	\$ 0.85
Pax	1.000	Tomates Deshidratado	\$ 0.17	\$ 0.17
Kg	0.010	Mostaza	\$ 5.00	\$ 0.05
Kg	0.015	Albahaca	\$ 5.00	\$ 0.08
			Costo Total	\$ 1.55
			PVP (sin iva)	\$ 5.00
			IVA	\$ 0.70
			PVP (con iva)	\$ 5.70
			Margen de Utilidad	\$ 4.16
			Food Cost	31%

Sandwich de Jamón y Queso				
<i>Rendimiento número de porciones</i>			1 Pax	
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x Kg/L/Und	Total
Kg	0.100	Pan Artesanal	\$ 4.00	\$ 0.40
Kg	0.025	Jamón Orgánico	\$ 15.00	\$ 0.38
Kg	0.025	Queso Artesanal	\$ 14.00	\$ 0.35
Pax	1.000	Tomates Deshidratados	\$ 0.17	\$ 0.17
Kg	0.010	Mostaza	\$ 5.00	\$ 0.05
Pax	0.010	Mix de hojas	\$ 5.00	\$ 0.05
Pax	1.000	Aderezo	\$ 0.08	\$ 0.08
			Costo Total	\$ 1.48
			PVP (sin iva)	\$ 5.00
			IVA	\$ 0.70
			PVP (con iva)	\$ 5.70
			Margen de Utilidad	\$ 4.23
			Food Cost	30%

Picada				
<i>Rendimiento número de porciones</i>			1 Pax	
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x Kg/L/Und	Total
Kg	0.050	Pan Artesanal	\$ 4.00	\$ 0.20
Kg	0.050	Jamón Orgánico	\$ 18.00	\$ 0.90
Kg	0.050	Mostaza	\$ 5.00	\$ 0.25
Pax	1.000	Albahaca	\$ 5.00	\$ 5.00
			Costo Total	\$ 6.35
			PVP (sin iva)	\$ 5.00
			IVA	\$ 0.70
			PVP (con iva)	\$ 5.70
			Margen de Utilidad	-\$ 0.65
			Food Cost	127%

Sandwich Veggie				
<i>Rendimiento número de porciones</i>			1 Pax	
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x Kg/L/Und	Total
Pax	1.000	Pasta de frejol	\$ 0.11	\$ 0.11
Pax	1.000	Mix de hojas	\$ 0.03	\$ 0.03
Kg	0.050	Tomate fresco	\$ 1.80	\$ 0.09
Pax	1.000	Aderezo de yogurt	\$ 0.08	\$ 0.08
Kg	0.010	Cebolla perla	\$ 1.50	\$ 0.02
Kg	0.010	Zanahoria Amarilla	\$ 1.50	\$ 0.02
Kg	0.100	Pan artesanal	\$ 6.00	\$ 0.60
			Costo Total	\$ 0.94
			PVP (sin iva)	\$ 4.50
			IVA	\$ 0.63
			PVP (con iva)	\$ 5.13
			Margen de Utilidad	\$ 4.19
			Food Cost	21%

Sandwich Mixto				
<i>Rendimiento número de porciones</i>			1 Pax	
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x Kg/L/Und	Total
Kg	0.025	Jamón Orgánico	\$ 15.00	\$ 0.38
Pax	1.000	Mix de hojas	\$ 0.03	\$ 0.03
Pax	1.000	Aderezo de yogurt	\$ 0.08	\$ 0.08
Kg	0.100	Pan artesanal	\$ 6.00	\$ 0.60
Kg	0.010	Mostaza	\$ 5.00	\$ 0.05
			Costo Total	\$ 1.14
			PVP (sin iva)	\$ 4.50
			IVA	\$ 0.63
			PVP (con iva)	\$ 5.13
			Margen de Utilidad	\$ 4.00
			Food Cost	25%

Sandwich Dulce				
<i>Rendimiento número de porciones</i>			1 Pax	
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x Kg/L/Und	Total
Kg	0.045	Piña	\$ 1.65	\$ 0.07
Kg	0.030	Fresa	\$ 5.18	\$ 0.16
Kg	0.050	Banano	\$ 1.05	\$ 0.05
Kg	0.100	Pan artesanal	\$ 6.00	\$ 0.60
Pax	1.000	Mermelada	\$ 0.03	\$ 0.03
Kg	0.025	Queso de cabra	\$ 6.00	\$ 0.15
			Costo Total	\$ 1.06
			PVP (sin iva)	\$ 4.50
			IVA	\$ 0.63
			PVP (con iva)	\$ 5.13
			Margen de Utilidad	\$ 4.07
			Food Cost	24%

Sandwich Especial				
<i>Rendimiento número de porciones</i>			1 Pax	
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x Kg/L/Und	Total
Kg	0.025	Queso yanayaku	\$ 14.00	\$ 0.35
Und	1.000	Aguacate	\$ 0.50	\$ 0.50
Und	1.000	Tomate deshidratado	\$ 0.17	\$ 0.17
Kg	1.000	Mix de hojas	\$ 0.03	\$ 0.03
Kg	0.100	Pan artesanal	\$ 6.00	\$ 0.60
			Costo Total	\$ 1.65
			PVP (sin iva)	\$ 4.50
			IVA	\$ 0.63
			PVP (con iva)	\$ 5.13
			Margen de Utilidad	\$ 3.48
			Food Cost	37%

Postre:

Galleta de Remolacha				
<i>Rendimiento número de porciones</i>			1 Pax	
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x Kg/L/Und	Total
Kg	0.100	Mantequilla	\$ 5.27	\$ 0.53
Kg	0.100	Azucar	\$ 0.82	\$ 0.08
Und	1.000	Huevos	\$ 0.13	\$ 0.13
Kg	0.150	Harina	\$ 0.75	\$ 0.11
Kg	0.003	Polvo de hornear	\$ 3.16	\$ 0.01
Kg	0.250	Remolacha	\$ 1.50	\$ 0.38
			Costo Total	\$ 1.24
			PVP (sin iva)	\$ 4.50
			IVA	\$ 0.63
			PVP (con iva)	\$ 5.13
			Margen de Utilidad	\$ 3.89
			Food Cost	27%

Jugos:

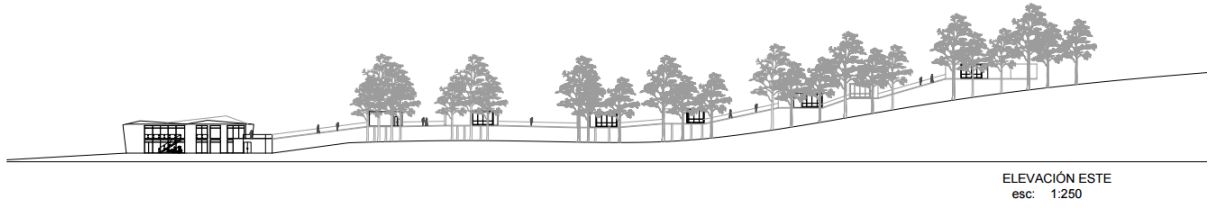
Jugo de Manzana y Piña				
<i>Rendimiento número de porciones</i>			0.3 Kg	
<i>Cantidad de porción</i>			0.075	
<i>Número de porciones</i>			4	
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x Kg/L/Und	Total
Und	2.000	Manzana	\$ 0.16	\$ 0.32
Kg	0.220	Piña	\$ 1.25	\$ 0.28
			Costo Total	\$ 0.60
			PVP (sin iva)	\$ 2.50
			IVA	\$ 0.35
			PVP (con iva)	\$ 2.85
			Margen de Utilidad	\$ 2.26
			Food Cost	24%

Jugo de Piña y Espinaca				
		<i>Rendimiento número de porciones</i>	0.5	Kg
		<i>Cantidad de porción</i>	0.045	
		<i>Número de porciones</i>	11	
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x Kg/L/Und	Total
Lt	0.350	Piña	\$ 1.65	\$ 0.58
Kg	0.100	Espinaca fresca	\$ 2.00	\$ 0.20
			Costo Total	\$ 0.78
			PVP (sin iva)	\$ 2.50
			IVA	\$ 0.35
			PVP (con iva)	\$ 2.85
			Margen de Utilidad	\$ 2.07
			Food Cost	31%

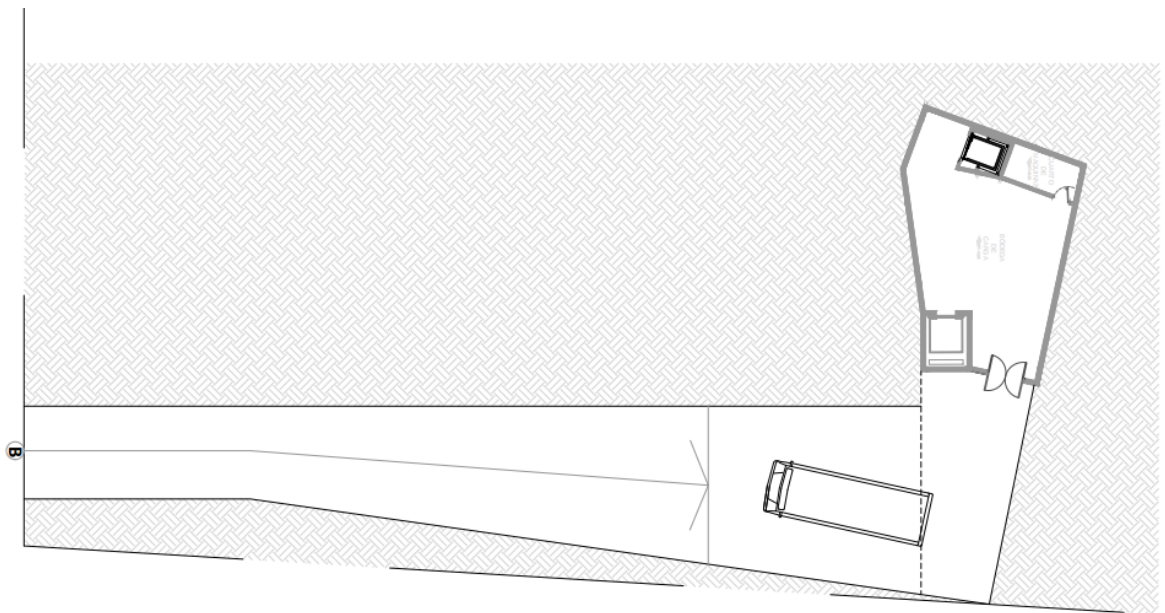
Jugo de Remolacha y Sandía				
		<i>Rendimiento número de porciones</i>	0.5	Kg
		<i>Cantidad de porción</i>	0.045	
		<i>Número de porciones</i>	11	
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x Kg/L/Und	Total
Kg	0.200	Remolacha	\$ 2.70	\$ 0.54
Kg	0.100	Sandía	\$ 3.00	\$ 0.30
			Costo Total	\$ 0.84
			PVP (sin iva)	\$ 2.50
			IVA	\$ 0.35
			PVP (con iva)	\$ 2.85
			Margen de Utilidad	\$ 2.01
			Food Cost	34%

Anexo 4 (planos y fachada):

Fecha:



Subsuelo – Bodega



Planta Baja y Planta Alta (Vista de lejos)

