PARA GRADOS ACADÉMICOS DE LICENCIADOS (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **DAMIÁN ESTEBAN SORIA BOLAÑOS** C.I. **172563554-2** autor del trabajo de graduación intitulado: **"ANÁLISIS DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE ENFOCADO AL SEGMENTO GLBTI EN EL SECTOR CENTRO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA."** , previa a la obtención del grado académico de **INGENIERO EN GESTIÓN HOTELERA** en la Facultad de **CIENCIAS HUMANAS**:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 26 de agosto de 2015

Damián Esteban Soria Bolaños
C.I. 172563554-2

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Yo, Mtr. Lotty Lizarzaburu, directora de esta disertación, certifico que el sr. Soria Bolaños Damián Esteban ha realizado con mi dirección este trabajo titulado: ***"ANÁLISIS DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE ENFOCADO AL SEGMENTO GLBTI EN EL SECTOR CENTRO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA"***., de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva.

Mtr. Lotty Lizarzaburu

Quito, Agosto 26 de 2015

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

INGENIERÍA EN GESTIÓN HOTELERA

ANÁLISIS DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE ENFOCADO AL SEGMENTO GLBTI EN EL SECTOR CENTRO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA.

SORIA BOLAÑOS DAMIÁN ESTEBAN

DIRECTORA: LOTTY LIZARZABURU

QUITO, 2015

DEDICATORIA

Para la persona que me enseñó a ser quien soy, aquella que se trasnochaba y trabajaba para brindar a su familia días con más luz, para esa mujer inquebrantable, que con su esfuerzo, ternura y dedicación llenó mis días de esperanza, plasmando su esencia en mi corazón … Para ti mi madre amada.

AGRADECIMIENTO

En primera instancia, el agradecimiento más grande es a Dios, ya que con su presencia y sus bendiciones diarias a lo largo de este camino, ha entregado a mi vida: fortaleza, fe, paciencia y amor. A mi madre, por apoyarme fundamentalmente en cumplir mi sueño académico. Al amor de vida por ser uno de los pilares fundamentales de mi existencia. A mi hermano, mi abuelita y demás familiares por estar junto a mí en este arduo viaje universitario.

A Lotty Lizarzaburu, mi querida directora en esta disertación, por haber apoyado y motivado este proyecto, además de todos aquellos profesores que desinteresadamente guiaron mi trabajo hacia el éxito.

A mis amigos y compañeros, que con sus risas y anécdotas mudaron días grises en días de color, gracias a todos por ser mis cómplices. A todos quienes me han apoyado directa e indirectamente en mi carrera universitaria, mi más sincero agradecimiento.

Tabla de contenido

RESUMEN 14

INTRODUCCIÓN 14

1. CAPÍTULO I 16
1.1. LINEAMIENTOS GENERALES 16
1.1.1. Tema 16
1.1.2. Justificación 16
1.1.3. Planteamiento del problema 17
1.1.4. Objetivos 17
1.1.4.1. Objetivo general 17
1.1.4.2. Objetivos específicos 17
1.1.5. Marco teórico 18
1.1.5.1. Antecedentes o marco referencial 18
1.1.5.2. Marco teórico 19
2. CAPITULO II 22
2.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO 22
2.1.1. Características generales de la Provincia de Pichincha 22
2.1.2. Características generales del Distrito Metropolitano de Quito 23
2.1.3. Historia 23
2.1.4. Clima 25
2.1.5. Vías de acceso 25
2.1.6. Atractivos turísticos de la zona de influencia 26
2.1.6.1. Quito Antiguo: Conventos, iglesias y otras edificaciones 26
2.1.6.2. Quito Moderno: Edificaciones y lugares turísticos 26
2.1.7. Características de un Hotel Boutique 27
2.1.8. Lugares de ambiente de la Comunidad GLBTI de Quito – Ecuador 28
3. CAPITULO III 31
3.1. RESULTADO Y TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS 31
3.1.1. Análisis de la Oferta 31
3.1.1.1. Competencia Directa 31
3.1.1.2. Competencia Indirecta 33
3.1.1.3. Capacidad Instalada de la competencia 35
3.1.2. Análisis de la Demanda 35
3.1.2.1. Demanda Histórica 35
3.1.2.2. Demanda Actual y Futura 36
3.1.3. Segmentación de Turistas Nacionales 37
3.1.3.1. Variable Geográfica 38
3.1.3.2. Variables Demográficas 38
3.1.3.3. Hábitos de Consumo 38

3.1.3.4. Variable Psicológica 38
3.1.3.5. Variable Ingresos 38
3.1.4. Segmentación de Turistas Internacionales 38
3.1.4.1. Variable Geográfica 38
3.1.4.2. Variables Demográficas 38
3.1.4.3. Hábitos de Consumo 39
3.1.4.4. Variables Psicológicas 39
3.1.4.5. Variable Ingresos 39
3.1.5. Objetivos de la encuesta 39
3.1.5.1. Universo 39
3.1.5.2. Muestra 41
3.1.6. Interpretación de las Encuestas 42
3.1.6.1. Edad 42
3.1.6.2. Nacionalidad 42
3.1.6.3. Sexo 43
3.1.6.4. Orientación Sexual 44
3.1.6.5. Nivel de Educación 44
3.1.6.6. Pregunta 1 45
3.1.6.7. Pregunta 2 47
3.1.6.8. Pregunta 3 48
3.1.6.9. Pregunta 4 49
3.1.6.10. Pregunta 5 49
3.1.6.11. Pregunta 6 50
3.1.6.12. Pregunta 7 51
3.1.7. Análisis de la demanda en temporadas altas y bajas 52
3.1.8. Demanda Potencial del Proyecto 53
3.1.9. Marketing Mix 54
3.1.9.1. Producto 54
3.1.9.1.1. Alojamiento 54
3.1.9.1.2. Mini Bar 55
3.1.9.1.3. Llamadas telefónicas 55
3.1.9.1.4. Sala de Reuniones 56
3.1.9.1.5. Gift Shop 56
3.1.9.1.6. Marca 56
3.1.9.1.7. Logo Símbolo 56
3.1.9.2. Plaza (Place) 57

3.1.9.2.1. Canal Agencias de Viaje 57
3.1.9.2.2. Canal GDS (Global Distribution System) 58
3.1.9.2.3. Internet 59
3.1.9.2.4. Fundaciones GLBTI 59
3.1.9.2.5. Promoción (Promotion) 59
3.1.9.2.6. Estrategias de Ventas 59
3.1.9.3. Precio (Price) 60
3.1.9.3.1. Alojamiento 60
3.1.9.3.2. Mini Bar 62
3.1.9.3.3. Llamadas Telefónicas 62
3.1.9.3.4. Sala de Reuniones 62
3.1.9.3.5. Gift Shop 63
3.1.9.4. Personas (People) 63
3.1.9.5. Presentación / Envase (Packaging) 64
3.1.9.6. Programación (Programming) 66
3.1.9.7. Participación (Partnership) 67
4. CAPITULO IV 68
4.1. ESTUDIO TÉCNICO 68
4.1.1. Localización del Proyecto 68
4.1.1.1. Macro Localización 68
4.1.1.2. Micro Localización 68
4.1.2. Servicios a prestarse 68
4.1.3. Servicio de Alojamiento 69
4.1.3.1. Lencería de Habitaciones 70
4.1.4. Servicio de alimentación 71
4.1.5. Room Service 71
4.1.6. Servicio de Transfers 71
4.1.7. Sala de Reuniones 71
4.1.8. Gift Shop 72
4.1.9. Ventajas Competitivas 72
4.1.10. Análisis FODA 73
4.1.10.1. Fortalezas 73
4.1.10.2. Oportunidades 73
4.1.10.3. Debilidades 73
4.1.10.4. Amenazas 73
4.1.11. Matriz FODA cruzada 74

4.1.12. Análisis Legal 75
4.1.12.1. Tipo de Empresa 75
4.1.13. Trámites de Constitución de la Empresa 75
4.1.13.1. Superintendencia de Compañías 75
4.1.13.2. Registro Único de Contribuyentes (RUC) 76
4.1.13.3. Registro Mercantil Quito 76
4.1.14. Tramites de Operación de la Empresa 77
4.1.14.1. Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual 77
4.1.14.2. Ministerio de Turismo 77
4.1.14.2.1. Registro de Alojamiento, Alimentos y Bebidas 77
4.1.14.2.2. Licencia Única Anual de Funcionamiento 77
4.1.14.3. Quito Turismo 77
4.1.14.3.1. Registro Turístico 77
4.1.14.4. Cámara Provincial de Turismo de Pichincha 78
4.1.14.5. Municipio de Quito 78
4.1.14.5.1. LUAE 78
4.1.14.5.2. Patente Municipal 79
4.1.14.6. Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito 79
4.1.14.6.1. Permiso Ocasional de Funcionamiento 79
4.1.15. Leyes Tributarias 80
4.1.15.1. Impuesto a la Renta 80
4.1.15.2. Impuesto al Valor Agregado 80
4.1.15.3. Impuesto uno por mil 80
4.1.16. Seguridad Social 80
4.1.17. Capacidad Instalada del Proyecto 81
4.1.18. Planos Arquitectónicos 81
5. CAPITULO V 82
5.1. DESCRIPCIÓN ADMINISTRATIVA 82
5.1.1. Filosofía Corporativa 82
5.1.1.1. Misión 82
5.1.1.2. Visión 82
5.1.1.3. Valores Corporativos 82
5.1.1.3.1. Respeto 82
5.1.1.3.2. Responsabilidad 82
5.1.1.3.3. Compromiso 82
5.1.1.3.4. Calidez 82

5.1.1.3.5. Organización 83
5.1.1.3.6. Innovación 83
5.1.1.3.7. Servicio 83
5.1.2. Estructura Organizacional 83
5.1.2.1. Organigrama Estructural 83
5.1.3. Cálculo de Personal 84
5.1.4. Organigrama Posicional 85
5.1.5. Descripción de puestos y funciones 85
5.1.5.1. Gerencia General 85
5.1.5.1.1. Gerente General 85
5.1.5.2. Departamento de Contabilidad 86
5.1.5.2.1. Contador 86
5.1.5.3. Departamento de Recepción 87
5.1.5.3.1. Recepcionistas 87
5.1.5.4. Departamento de Habitaciones 88
5.1.5.4.1. Camareras 88
5.1.6. Gestión de Talento Humano 88
5.1.7. Procesos de Producción 89
5.1.7.1. Proceso de Reserva 89
5.1.7.2. Check in 90
5.1.7.3. Check Out 91
5.1.7.4. Check in (Walk in) 92
5.1.7.5. Limpieza de habitaciones 93
5.1.8. Políticas del Hotel 93
5.1.8.1. Políticas de Cancelación de Reservas 93
5.1.8.2. Políticas de Check in y Check out 94
5.1.9. Reglamento Interno de la Organización 94
5.1.9.1. CAPITULO I – Disposiciones Generales 94
5.1.9.2. CAPITULO II – Admisión y Contratación de Colaboradores 94
5.1.9.3. CAPÍTULO III - Derechos de los Colaboradores 95
5.1.9.4. CAPÍTULO IV – Obligaciones de los Colaboradores 95
5.1.9.5. CAPÍTULO IV - Jornada y Horario de Trabajo 96
5.1.9.6. CAPÍTULO V – Vacaciones 97
5.1.9.7. CAPITULO VI – Sueldos 97
6. CAPITULO VI 98

6.1. INVERSIÓN, FINANCIAMIENTO, INGRESOS, COSTOS, ANÁLISIS FINANCIERO 98
6.1.1. Presupuesto de Inversión 98
6.1.1.1. Muebles y enceres 98
6.1.1.2. Suministros de oficina 99
6.1.1.3. Equipos de computación y tecnológicos 99
6.1.1.4. Equipos de cocina 100
6.1.1.5. Infraestructura 100
6.1.1.6. Uniformes 100
6.1.1.7. Menaje de cocina 101
6.1.1.8. Suministros Mini Bar y Bar 102
6.1.1.9. Suministros de amenidades 103
6.1.1.10. Promoción 104
6.1.1.11. Obligaciones 104
6.1.2. Presupuesto de Gastos 105
6.1.2.1. Sueldos 105
6.1.2.2. IESS patronal 105
6.1.2.3. Fondos de reserva 106
6.1.2.4. Décimo tercer sueldo 106
6.1.2.5. Décimo Cuarto Sueldo 107
6.1.2.6. Vacaciones 107
6.1.2.7. Gasto Servicios Básicos 108
6.1.2.8. Gasto Servicios Pre pagados 108
6.1.2.9. Obligaciones 109
6.1.2.10. Gasto Arriendo 109
6.1.2.11. Gasto Mantenimiento 109
6.1.3. Costos Fijos 110
6.1.3.1. Sueldos 110
6.1.3.2. IESS Patronal 111
6.1.3.3. Décimo tercer sueldo 111
6.1.3.4. Décimo cuarto sueldo 112
6.1.3.5. Vacaciones 112
6.1.3.6. Gasto Promoción 113
6.1.3.7. Gasto Mantenimiento 113
6.1.3.8. Gasto suministros de oficina 114
6.1.3.9. Gasto servicios pre - pagados 115

6.1.3.10. Gasto amortización 115
6.1.3.11. Gasto Arriendo 116
6.1.3.12. Gasto licencias anuales 116
6.1.3.13. Total costos fijos 116
6.1.4. Costos Variables 117
6.1.4.1. Gasto suministros amenidades 117
6.1.4.2. Gasto Suministros Mini Bar y Bar 118
6.1.4.3. Gasto Servicios Básicos 119
6.1.4.4. Total Costos Variables 119
6.1.5. Financiamiento 120
6.1.6. Depreciación de activos fijos 121
6.1.6.1. Muebles y enceres 121
6.1.6.2. Equipos de computación y tecnológicos 122
6.1.6.3. Equipos de cocina 122
6.1.6.4. Menaje de cocina 123
6.1.6.5. Infraestructura 124
6.1.6.6. Uniformes 124
6.1.7. Proyección de ventas 125
6.1.7.1. Alojamiento 125
6.1.7.2. Bar 126
6.1.8. Flujo de caja anual 127
6.1.9. Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR) 128
6.1.10. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) 128
6.1.11. Punto de equilibrio 129
6.1.12. Estado de Situación Inicial 130
CONCLUSIONES 131
RECOMENDACIONES 131
ANEXOS 133
Bibliografía 160
Fuentes Impresas 160
Fuentes Virtuales 162
Entrevistas 167

Índice de tablas

Tabla 1: Lugares de Ambiente de la Comunidad GLBTI Quito 28
Tabla 2: Competencia Directa 32

Tabla 3: Competencia Indirecta 34
Tabla 4: Capacidad Hotelera por Plazas Totales 2008 – 2014 35
Tabla 5: Capacidad Hotelera por Habitaciones Totales 2008 – 2014 35
Tabla 6: Demanda Histórica 36
Tabla 7: Proyección de la demanda 36
Tabla 8: Proyección de la demanda 37
Tabla 9: Estimación de la muestra poblacional GLBTI 40
Tabla 10: Indicadores muestrales 41
Tabla 11: Habitaciones del hotel 55
Tabla 12: Tarifas agencias de viaje 60
Tabla 13: Tarifas corporativas 61
Tabla 14: Tarifas rack o internet 61
Tabla 15: Costos y precios Mini Bar. 62
Tabla 16: Costos y tarifas de llamadas telefónicas. 62
Tabla 17: Costos y precios de productos adicionales sala de reuniones 63
Tabla 18: Cantidad, tipo y capacidad de habitaciones. 69
Tabla 19: Matriz FODA cruzada 74
Tabla 20: Requisitos Registro Mercantil Quito 76
Tabla 21: Requisitos Cámara Provincial de Turismo de Pichincha. 78
Tabla 22: Requisitos Patente Municipal 79
Tabla 23: Permiso Ocasional de Funcionamiento 79
Tabla 24: Superficie del Hotel 81
Tabla 25: Capacidad Instalada del Proyecto 81
Tabla 26: Personal “Elysian Fields Hotel” 84
Tabla 27: muebles y enceres “Elysian Fields Hotel” 98
Tabla 28: suministros de oficina “Elysian Fields Hotel” 99
Tabla 29: equipos de computación y tecnológicos “Elysian Fields Hotel” 99
Tabla 30: equipos de cocina “Elysian Fields Hotel” 100
Tabla 31: infraestructura “Elysian Fields Hotel” 100
Tabla 32: Uniformes “Elysian Fields Hotel” 100
Tabla 33: menaje de cocina “Elysian Fields Hotel” 101
Tabla 34: Suministros Mini Bar y Bar “Elysian Fields Hotel” 102
Tabla 35: Suministros amenidades “Elysian Fields Hotel” 103
Tabla 36: Promoción “Elysian Fields Hotel” 104
Tabla 37: Obligaciones “Elysian Fields Hotel” 104
Tabla 38: Presupuesto de Gastos, sueldos “Elysian Fields Hotel” 105
Tabla 39: Presupuesto de Gastos, IESS patronal “Elysian Fields Hotel” 105
Tabla 40: Presupuesto de Gastos, fondos de reserva “Elysian Fields Hotel” 106
Tabla 41: Presupuesto de Gastos, Décimo tercer sueldo “Elysian Fields Hotel” 106
Tabla 42: Presupuesto de Gastos, Décimo cuarto sueldo “Elysian Fields Hotel” 107
Tabla 43: Presupuesto de Gastos, vacaciones “Elysian Fields Hotel” 107
Tabla 44: Presupuesto de Gastos, gasto servicios básicos “Elysian Fields Hotel” 108
Tabla 45: Presupuesto de Gastos, gasto servicios Pre pagados “Elysian Fields Hotel” 108
Tabla 46: Presupuesto de Gastos, obligaciones “Elysian Fields Hotel” 109
Tabla 47: Presupuesto de Gastos, gasto arriendo “Elysian Fields Hotel” 109
Tabla 48: Presupuesto de Gastos, gasto mantenimiento “Elysian Fields Hotel” 109
Tabla 49: Presupuesto de Gastos, total de gastos “Elysian Fields Hotel” 110
Tabla 50: Costos fijos, sueldos “Elysian Fields Hotel” 110
Tabla 51: Costos fijos, IESS patronal “Elysian Fields Hotel” 111
Tabla 52: Costos fijos, décimo tercer sueldo “Elysian Fields Hotel” 111
Tabla 53: Costos fijos, décimo cuarto sueldo “Elysian Fields Hotel” 112

Tabla 54: Costos fijos, vacaciones “Elysian Fields Hotel” 112
Tabla 55: Costos fijos, gasto promoción “Elysian Fields Hotel” 113
Tabla 56: Costos fijos, gasto mantenimiento “Elysian Fields Hotel” 113
Tabla 57: Costos fijos, gasto suministros de oficina “Elysian Fields Hotel” 114
Tabla 58: Costos fijos, gasto servicios pre – pagados “Elysian Fields Hotel” 115
Tabla 59: Costos fijos, gasto amortización “Elysian Fields Hotel” 115
Tabla 60: Costos fijos, gasto arriendo “Elysian Fields Hotel” 116
Tabla 61: Costos fijos, gasto licencias anuales “Elysian Fields Hotel” 116
Tabla 62: Costos fijos, total costos fijos “Elysian Fields Hotel” 116
Tabla 63: Costos variables, gasto suministros amenidades “Elysian Fields Hotel” 117
Tabla 64: Costos variables, gasto suministros Mini Bar y Bar “Elysian Fields Hotel” 118
Tabla 65: Costos variables, gasto servicios básicos “Elysian Fields Hotel” 119
Tabla 66: Costos variables, total costos variables “Elysian Fields Hotel” 119
Tabla 67: Financiamiento CFN 120
Tabla 68: Depreciación muebles y enceres 121
Tabla 69: Depreciación equipos de computación y tecnológicos 122
Tabla 70: Depreciación equipos de cocina 122
Tabla 71: Depreciación menaje de cocina 123
Tabla 72: Depreciación infraestructura 124
Tabla 73: Depreciación uniformes colaboradores 124
Tabla 74: Proyección de ventas alojamiento primer periodo, 31% de ocupación. 125
Tabla 75: Proyección de ventas alojamiento segundo periodo, 55% de ocupación. 125
Tabla 76: Proyección de ventas Bar 126
Tabla 77: Flujo de caja anual 127
Tabla 78: VAN Y TIR 128
Tabla 79: Periodo de recuperación de la inversión 128
Tabla 80: Punto de equilibrio 129
Tabla 81: Estado de Situación Inicial 130

Índice de gráficos

Ilustración 1: Gráfico demanda futura 37
Ilustración 2: Resultado de las encuestas variable edad. 42
Ilustración 3: Resultado de las encuestas variable nacionalidad. 43

Ilustración 4: Resultado de las encuestas variable sexo. 43
Ilustración 5: Resultado de las encuestas variable orientación sexual. 44
Ilustración 6: Resultado de las encuestas variable nivel de educación 45
Ilustración 7: Resultado de las encuestas variable decisión 45
Ilustración 8: Resultado de las encuestas variable decisión afirmativa por orientación sexual. . 46
Ilustración 9: Resultado de las encuestas variable decisión negativa por orientación sexual. 47
Ilustración 10: Resultado de las encuestas variable sector de la ciudad..... 48
Ilustración 11: Resultado de las encuestas variable motivo de viaje..... 48
Ilustración 12: Resultado de las encuestas variable estadía. 49
Ilustración 13: Resultado de las encuestas variable medios para escoger un hotel. 50
Ilustración 14: Resultado de las encuestas variable servicios. 51
Ilustración 15: Resultado de las encuestas variable actividades GLBTI. 51
Ilustración 16: Llegada de turistas al DMQ 2011-2013 52
Ilustración 17: Tasa de Ocupación Hotelera (TOH) DMQ 53
Ilustración 20: Logo Símbolo..... 57
Ilustración 21: amenidades shampoo (Frasco Floresta 50 ml.) y jabón (Floresta 30 gr.) biodegradables..... 65
Ilustración 22: amenidades shower cap, shaving kit, dental kit con estuches biodegradables y reciclados..... 65
Ilustración 23: Daniel Moreno representando a Sarahí Bassó Drag Queen en la obra titulada: "Día de cada día…" 66
Ilustración 24: Mapa Geo- referencial..... 68
Ilustración 25: Organigrama Estructural "Elysian Fields Hotel" 83
Ilustración 26: Organigrama Posicional "Elysian Fields Hotel..... 85
Ilustración 27: Proceso de reserva..... 89
Ilustración 28: Check in 90
Ilustración 29: Check out 91
Ilustración 30: Check in (Walk in)..... 92
Ilustración 31: Limpieza de habitaciones..... 93

RESUMEN

La intención de este documento es presentar un análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha. El proyecto partió con la investigación bibliográfica correspondiente, además del análisis del entorno, en el cual se detallan las características del Distrito Metropolitano de Quito como el lugar idóneo para desarrollarlo.

Se realizó un estudio de mercado, partiendo de un estudio de la Fundación Ecuatoriana Equidad que determina una población del segmento de 883 personas de lo cual se determinó una muestra de 268 elementos. Luego se procedió con la aplicación de las encuestas, las cuales arrojaron que los potenciales clientes oscilan entre los 26 a 35 años de edad, de nacionalidad ecuatoriana y sexo masculino, en su gran mayoría homosexuales con una educación superior culminada. El estudio también demostró que el segmento prefiere el sector denominado "La Mariscal" para la localización del hotel, entre otras características.

El mix de marketing se lo realizó en base a las "8 Ps" en la industria del turismo, delimitando las estrategias a utilizar para la potenciación comercial del naciente establecimiento, el estudio técnico delimitó la micro y macro localización del hotel, así como también los servicios a prestarse en cuanto a alojamiento y bar, ventajas competitivas, análisis FODA, el tipo de empresa con la que se constituirá el proyecto y los diferentes trámites para su apertura, además del diseño arquitectónico. La descripción administrativa se basa en la filosofía y estructura organizacional, descripción de puestos y funciones, procesos de producción, políticas y reglamento interno de trabajo.

Mediante el análisis de: inversión, financiamiento, ingresos y costos, flujo de caja anual proyectado a cinco periodos, se obtuvo un VAN de 129.791,21 USD, TIR de 27,40%, y el PRI en 2 años, 11 meses, todo esto, reflejado en el análisis de situación inicial de la empresa. Finalmente se determina que la creación de un hotel con estas características y dirigido al segmento de mercado escogido, es viable.

Palabras Clave: Oferta, demanda, estudio de mercado, mix de marketing, administración, análisis de viabilidad, industria hotelera, Gay Friendly, GLBTI.

INTRODUCCIÓN

La industria hotelera es una de las esferas idóneas para cualquier empresa con visión y aspiración de poseer y gestionar un buen negocio, siendo ineludible tener el conocimiento suficiente para dirigir un buen establecimiento de alojamiento.

La hotelería en el país y en el Distrito Metropolitano de Quito específicamente, han venido adquiriendo niveles de importancia cada vez más encantadores; así tenemos que en los últimos años la afluencia turística tanto receptiva como interna, ha tenido una tasa de crecimiento positivo, según los indicadores del Sistema Nacional de Información Turística, beneficiando precisamente a empresas dedicadas a este sector. Por esta razón surge la necesidad de crear nuevos establecimientos hoteleros enfocados a la par con el nacimiento de una nueva tipología de consumidores, los cuales han llegado a transformar la actividad turística y hotelera.

En contraste con el párrafo anterior, el análisis de viabilidad es un proceso que se encuentra dirigido a la obtención de cifras financieras en un proyecto, su objetivo es manifestar valoraciones creíbles y comprensibles, que expresen las previsiones de efectos económicos y que, de alguna manera, logren determinar la viabilidad del proyecto.

En el momento de establecerlo, es fundamental examinar ciertos elementos, determinados en fases preliminares como: el estudio de mercado, el estudio técnico del proyecto, la descripción administrativa, la inversión, el financiamiento, además de los ingresos y costos, entre otros.

Por lo tanto, luego de haber analizado detalladamente las características antes mencionadas, el siguiente paso en el proceso es la proyección financiera, que consiste en moldear numéricamente, a través de los estados contables útiles, el progreso futuro del proyecto, con el objetivo de conocer su posibilidad y permanencia a través del tiempo, disminuyendo de esta manera en cierto grado el riesgo. Por la coyuntura, al determinar la factibilidad del proyecto, se deben estudiar todos los elementos

financieros para la toma de decisiones bien fundamentadas y así, de esta manera, no poner en peligro su liquidez y solvencia. El mal manejo de estas herramientas puede poner en peligro el curso del proyecto, y llevarlo al fracaso.

1. CAPÍTULO I

1.1. LINEAMIENTOS GENERALES

1.1.1. Tema

ANÁLISIS DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE ENFOCADO AL SEGMENTO GLBTI EN LA CIUDAD DE QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA.

1.1.2. Justificación

El tema escogido procede a enfocarse a un segmento de mercado, con el cual no se ha especializado el sector hotelero ecuatoriano, mediante la creación de un hotel "Gay Friendly"[1].

> El Turismo homosexual o también denominado "turismo gay", es una modalidad de turismo que está enfocado a personas LGBTI (lesbianas, gays, bisexuales y transexuales) que se ha ido implementando en los últimos años en el continente europeo y algunos sitios de Norteamérica especialmente. (Campbell, 2004, p. 54)

Según Moner Korflür (2006) afirma:

> La industria del turismo gay se ha visto ampliada en países donde el aporte del turismo al producto interno bruto es importante, diversificando la oferta turística, esto incluye agencias de viajes, líneas de cruceros, hoteles, centros de relajación, clubes nocturnos, compañías de publicidad dirigidas específicamente al público homosexual. (p.18)

Así mismo, florecen otras alternativas dirigidas hacia parejas de la misma orientación sexual que esperan viajar juntas, con la ampliación progresiva de naciones que legitiman el matrimonio igualitario, se convierten en un destino seductor para foráneos, cuyos países de origen no reglamentan al respecto, como de igual forma la elección de estos lugares para la conmemoración de la luna de miel. (Moner Korflür, 2006, p. 20)

[1] "Un hotel Gay Friendly no solo es la bandera en la entrada, es aquel hotel preocupado por las necesidades de los clientes**,** en el que gays, lesbianas, bisexuales y transgénero no tengan que preocuparse por dar explicaciones, por ser mal vistos, ni esconderse; Es un establecimiento que cuenta con toda una red de soporte que garantiza el máximo confort durante su estadía" (El Souvenir, s.f.).

En el Ecuador el escenario es alentador, así lo define la constitución de la República en su Artículo 11, numeral 2 que dice: "Todas las personas son iguales y gozarán de los mismos derechos, deberes y oportunidades.

> Nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad, diferencia física; ni por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos. La ley sancionará toda forma de discriminación.

1.1.3. Planteamiento del problema

Si bien en el Ecuador existen varios lugares a los cuales la comunidad GLBTI, puede acudir para distracción y disfrute de su tiempo libre, ciertamente la oferta de servicios hoteleros como se pudo observar, no existe, sin embargo en el momento que se lleva a cabo una investigación dentro de los motores de búsqueda a través del internet se ha podido constatar que existen algunos hoteles dentro del Distrito Metropolitano de Quito, reconocidos por turistas homosexuales extranjeros como establecimientos de alojamiento aptos para este colectivo.

Por la coyuntura la pregunta es: ¿Un hotel enfocado al segmento GLBTI tendría acogida y por ende sería rentable dentro de la ciudad de Quito?

1.1.4. Objetivos

1.1.4.1.Objetivo general

Determinar la viabilidad de la creación de un hotel enfocado a la población LGBTI (Gay Friendly) en la ciudad de Quito.

1.1.4.2.Objetivos específicos

- Establecer un diagnóstico de la planta de servicios turísticos LGBTI en la ciudad de Quito.
- Efectuar estudios de mercado para determinar la demanda que tendrá el hotel destinado a la comunidad LGBTI.

- Determinar las características técnicas del negocio planteado.
- Ejecutar un análisis financiero para establecer la rentabilidad.

1.1.5. Marco teórico

1.1.5.1. Antecedentes o marco referencial

La necesidad de innovar en el desarrollo de la actividad hotelera del Ecuador, en el campo del turismo homosexual, parte de la idea de emprendimiento de países que han apostado por esta reciente modalidad en cuanto a servicios hoteleros, hoteles como: Spartacvs[2] en la ciudad de Bali en Indonesia, Colson House[3], en la ciudad de Brighton – Inglaterra o Colours Oasis Resort[4] en la ciudad de San José en Costa Rica, son algunos ejemplos de grupos corporativos de referencia internacional encaminados al público LGBTI, con una variedad de servicios y productos de calidad considerados, desarrollados y adecuados a dicho colectivo, enmarcados siempre en un ambiente de diversidad y respeto hacia la comunidad a la que pertenecen.

Estudios recientes visualizan que Axel Hotels, una de las cadenas hoteleras GLBTI más fuertes alrededor del mundo, integrada por cuatro establecimientos hoteleros, obtuvo en 2013 una facturación de 10,4 millones de euros, frente a los 9,7 millones de euros del año anterior. Del total de ventas, 8,1 millones procedieron directamente de los ingresos de las habitaciones. (El Economista, 2014)

> Esto significa que, la cadena hotelera está superando ejercicio tras ejercicio sus registros. En los últimos cuatro años ha incrementado notablemente su volumen de ingresos que en 2009 ascendían a 3,9 millones de euros. En 2013 el RevPar (ingreso por habitación disponible), se situó en 77,40 euros y la tasa de ocupación en el 90,6%, niveles por encima de las media de la hostelería convencional. La compañía hotelera obtuvo buenos resultados operativos -pese a la situación económica- a la fortaleza de la marca y a su definida segmentación en el nicho de mercado GLBTI, donde cuenta con "una enorme aceptación y fidelidad", como pone de relieve la propia empresa. Axel Hotels es la primera cadena de hoteles en el mundo dirigida al colectivo homosexual, pero con una filosofía Heterofriendly, es decir que aunque el concepto este diseñado para público gay, los hoteles están abiertos a todo el mundo y hacen gala de un espíritu de tolerancia. "Cualquier persona es bien recibida, respetada y valorada", destacan. (Op. Cit)

[2] "Hotel Boutique para hombres que disfrutan de un estilo de vida alternativo". Para mayor información remitirse a: Spartacvs Bali, s.f.)
[3] "Hotel Boutique situado en el corazón del ambiente gay de Brighton, todas sus habitaciones tienen nombres de íconos del cine. Más información en la página web: (Colson House, s.f.)
[4] "Hotel Boutique para adulta y amistosa clientela gay". Para mayor información dirigirse a: (Colours Oasis, s.f.)

La idea de un hotel orientado al público gay, donde se desarrolle un espacio cosmopolita y tolerante, en el que el ambiente, confort, servicio, diversidad y respeto sean apreciados, es un punto elemental de innovación dentro de la hotelería ecuatoriana.

Así, este proyecto se enfoca en la generación de ingresos económicos y nuevas fuentes de trabajo para profesionales de turismo en el país, ingresos que se desglosen de un segmento de mercado que se encuentra en crecimiento.

1.1.5.2.Marco teórico

El nacimiento de una nueva tipología de consumidores, los cuales han llegado a transformar la actividad turística y hotelera, hace pertinente la especialización de establecimientos y servicios turísticos dentro de la industria de la hospitalidad.

Si bien la familia sigue siendo el gran referente de la estructura social europea, en las últimas décadas han aparecido nuevas formas de convivencia que han modificado la demanda turística y, con ello, sus necesidades, algunas fórmulas y productos turísticos han quedado obsoletos o no consiguen los resultados de antaño, mientras que no siempre se da respuesta con productos adecuados a las nuevas necesidades de una parte de la población, el mercado homosexual sería un reflejo de este hecho, la enorme competencia existente entre las empresas turísticas de los países occidentales ha provocado que se comience a tomar en consideración ciertas tipologías de clientes que hasta ahora se clasificaban y englobaban en base a características generales y homogéneas, las empresas se ven obligadas a especializarse en ciertos productos o servicios para poder desmarcarse de la competencia. (Gomis, 2003)

Moner Korflür (2006) afirma:

> La creación de productos turísticos dirigidos exclusivamente al público homosexual se inició tímidamente en la década de los ochenta. Si observamos la evolución de la oferta hasta el momento (agencias de viajes, hoteles, restaurantes, bares y discotecas.), se puede evidenciar una demanda turística donde la condición de homosexual ejerce como factor añadido influyente en el momento de la selección de un destino turístico. (p.27)

Una deducción preliminar asegura que un hotel enfocado al segmento GLBTI, no solo trata de adquirir una bandera multicolor para el establecimiento hotelero, sino, busca brindar un servicio de calidad, el cual garantice el máximo confort durante su estadía.

Los mercados turísticos se integran dentro del conjunto de compañías de servicios, es decir, colocan a disposición de los demandantes productos intangibles (Dorado, 2011). En el Ecuador los establecimientos hoteleros denominados "boutique" se retiran del resto por su originalidad, es decir son "boutique" porque son únicos, las estrellas y otras categorizaciones improcedentes resultan impropias cuando se emplean a estos hoteles situados en una clase aparte. El concepto "Boutique" admite el gusto más refinado tanto en la decoración como en la comida, significa experimentar algo fuera de lo ordinario. (Quito Boutique Hotels, 2012)

La elaboración de un nuevo modelo de proyecto hotelero enfocado al segmento GLBTI, presupone la elaboración de ciertos estudios financieros, así como también el análisis de la oferta y demanda turística.

Sapag Chain (2007) afirma:

> La pre factibilidad de un proyecto prepara los costos y beneficios a lo largo del tiempo y los expresa mediante un flujo de caja estructurado en función de criterios convencionales previamente establecidos, en el nivel de pre factibilidad se proyectan los costos y beneficios sobre la base de criterios cuantitativos. (p. 98)

Por consiguiente dentro de un estudio de pre factibilidad, se encuentra inmerso el estudio de mercado, el cual se utiliza con la finalidad de emplear programas que satisfagan la necesidad de la comunidad LGBTI. Para ello se requiere determinar las preferencias de modo que los potenciales consumidores respondan gratamente ante los productos y ofertas del mercado, es decir que dentro del estudio de mercado se procederá a recolectar y analizar datos de manera metódica. (Landeau, 2007, p. 35) Una de las herramientas financieras que intervienen dentro de este estudio es el Valor Presente Neto (VPN), la cual es una cifra que resulta al comparar los ingresos y egresos netos que podría generar en el futuro un proyecto en tiempo actual, es decir desde un periodo inicial mide el comportamiento financiero a través del tiempo, la segunda herramienta se denomina Tasa Interna de Retorno (TIR), la cual se obtiene cuando el

Valor Presente Neto tiende a cero, ésta es la máxima tasa de interés a la que un negociante estaría dispuesto a recibir como una inversión inicial. (Flórez, 2011)

De igual manera, se torna importante la definición de producto, oferta y demanda turística para conocer a profundidad la estructura del turismo.

Villena Eduardo (2003) afirma:

> Podemos definir el producto turístico como aquel plan de viaje o viaje que realizan las personas, elaborado con un criterio subjetivo y con una serie de componentes diferenciados, planificado y llevado a cabo por el propio turista en régimen de autoconsumo, o si no se acude a una empresa especializada en la que se adquiere un programa de servicios combinado, toda una serie de componentes básicos para que esa persona desarrolle su viaje, en consecuencia el sector turístico estará formado por una clásica empresa que se conoce como tour operador o agencia de viajes, y además, participan en la producción todas aquellas empresas auxiliares que fabrican componentes del viaje. (p.237)

En contraste con el párrafo citado anteriormente, la oferta en la industria turística comprende un conjunto de compañías, responsables de crear todos los productos y servicios que consumen los turistas, en tanto, entendemos por demanda turística, el resultado de todas las decisiones de las demandas individuales de los usuarios turísticos. (Villena Eduardo, 2003)

Por otro lado, el estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. Para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc. (Anzil, 2012, p. 42)

En resumen, la supervivencia de cualquier plan empresarial dependen en gran medida de la consecución de una parte del mercado, lo cual presupone la captación de clientes para el proyecto, ya que sólo en el momento en el que sean aceptados y tengan una demanda importante, el proyecto es viable, así todo proyecto empresarial debe partir siempre de un estudio ponderado de la capacidad de la demanda del mercado y de la situación de la competencia. (Arcarons Ramón, 2000)

2. CAPITULO II

2.1.ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1.1. Características generales de la Provincia de Pichincha

La Provincia de Pichincha cuenta con una extensión territorial de 9.612 Km2, una altitud de 2.816 m.s.n.m., y una población de 2´576.287 (www.ecuadorencifras.gob.ec/, 2010). Debe su nombre al volcán Rucu Pichincha[5] ubicado en el noroeste de Quito, además es una de las 24 provincias que se encuentra conformando la República del Ecuador, se localiza en la región norte del país o denominada también zona interandina, limitando al norte con las provincias de Imbabura y Esmeraldas, en la parte sur con Cotopaxi y Los Ríos, al este con Sucumbíos y Napo, y al Oeste con Esmeraldas y Manabí.

La división cantonal de la provincia de Pichincha consta de ocho cantones a saber: Cayambe, Mejía, Pedro Moncayo, Pedro Vicente Maldonado, Puerto Quito, Distrito Metropolitano de Quito, Rumiñahui y San Miguel de los Bancos. La provincia es administrada por el Gobierno Autónomo descentralizado de Pichincha[6] desde la capital provincial. (Gobierno de la Provincia de Pichincha, 2013)

Según Gispert , Gay , & Vidal (2000) afirman:

> La provincia de Pichincha presenta varias elevaciones de importante altitud: Rumiñahui (4 788 m), Puntas (4 452 m), Sarahurco (4 676 m), Sincholagua (4 893 m), Pasochoa (4 200 m), Cayambe (5 790 m), Ruco Pichincha (4 324 m) y Guagua Pichincha (4 787 m), aislados de este sistema montañoso se encuentran el Yavirac o Panecillo, montículo de formación volcánica ubicado en plena ciudad de Quito, y el Ilaló, en cuyas estribaciones se localizan aguas termales aprovechadas turísticamente además en la hoya de Guayllabamba se encuentran también numerosos valles: Machachi, Turubamba, Los Chillos, Tumbaco, Puembo, Cayambe y Puéllaro. (p. 43)

Por estas condiciones de relieve, el clima se convierte en variable según su altitud, como el tropical húmedo y tropical monzón al oeste de la provincia; mientras que los climas mesotérmico húmedo, semihúmedo, mesotérmico seco, de páramo y gélido se encuentran en el este y en el sector central. (Biggar, 2007, p.47)

[5] Los Pichinchas son dos picos de roca, Guagua es un volcán activo que retumbó en 1999 y el Rucu Pichincha es un volcán extinto y erosionado por antiguos glaciares (Biggar, 2007, p.46)

[6] El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pichincha es una institución que impulsa el desarrollo humano, mediante un modelo de gestión pública incluyente, participativo, concertado, eficiente y eficaz; sustentado en el fortalecimiento institucional, el compromiso social y la calidad de inversión. (Gobierno de la Provincia de Pichincha, 2013)

El clima de la provincia de Pichincha presenta sectores variados, que van desde el frío del páramo, con una temperatura entre 4-8 ºC, atravesando por el subtropical húmedo, que despliega una temperatura entre los 20 y los 22 ºC, hasta el templado de los valles, cuya temperatura oscila entre los 12 y los 15 ºC. (Gispert et al., 2000, p.42)

La carretera Panamericana es la principal vía de comunicación de la provincia, hay dos carreteras principales hacia la costa, partiendo de la panamericana: por Santo Domingo de los Tsáchilas y por Puerto Quito, por otro lado, la autopista general Rumiñahui une el Distrito Metropolitano con el Valle de los Chillos, y la Manual Córdova Galarza se dirige a la ciudad Mitad del Mundo (San Antonio), la carretera de Pifo conduce al oriente amazónico, además la capital cuenta con el ferrocarril y el aeropuerto "Mariscal Sucre", de categoría internacional. (Anónimo, 1999, p.47)

2.1.2. Características generales del Distrito Metropolitano de Quito

El Distrito Metropolitano de Quito la capital del Ecuador y de la provincia de Pichincha, localizada en la parte austral de la línea equinoccial y al pie del volcán Pichincha con 2800 metros sobre el nivel del mar, fue fundada por los españoles el 6 de diciembre de 1534, sobre las vestigios de un transcendental reinado indígena sometido por los Incas. Actualmente la capital del Ecuador es un Distrito Metropolitano populoso, el cual pese a su vasto desarrollo, ha conservado su grandioso centro histórico como uno de los más bellos de la América Latina.

2.1.3. Historia

Las características sociológicas del pueblo que hoy forma la República del Ecuador, vienen no solamente desde el tiempo en el que Sebastián de Benalcázar fundaba la ciudad de Quito, sino desde aquel otro en que los indios que habitaron en esta parte de América, eran vencidos por los Incas del Cuzco y desde el tiempo en que Atahualpa, hijo de Huaina- Cápac, Inca vencedor, y de una princesa quiteña, plasmaba ya la futura nacionalidad, reuniendo a los pueblos ligados por la naturaleza, para enfrentarlos con otros en luchas de ambición. (Barrera, 1922, p.03)

Según Moya Tasquer & Peralta (2006) afirman:

> El capitán Sebastián de Benalcázar, el seis de diciembre de 1534, fundó la primera villa y la nombró San Francisco de Quito "sobre la antigua y principal población de los ingas", según expresión de los conquistadores en el pueblo denominado Quito, en el sitio de la ciudad actual "mandó hacer e hizo la traza de esta villa", consta en el Acta del 20 de diciembre de ese año, esta traza siguió el típico diseño de las ciudades coloniales hispánicas, "delineando en forma esquemática la topografía, arroyos de agua, pero sin incluir detalles esenciales de montes, quebradas, barrancos, etc." (p.08)

En el pasado la ciudad fue denominada como Reino de Quito, la cual pertenecía al Virreinato del Perú, y éste rendía pleitesía a la corona española. Luego con la revolución quiteña de 1809 y la matanza de los patriotas de 1810, Quito adquiere un estatus de ciudad emblema frente a la tiranía de aquel entonces y la llaman "Luz de América". (Moya Tasquer & Peralta, 2006, p. 09)

Posteriormente de vivir malas administraciones por parte de la monarquía, en el año de 1830, el Congreso del Estado del Ecuador en Colombia, considerando «que el sur de Colombia se ha retirado del resto de la República y es apremiante fijar la capital del nuevo estado independiente» y por «haber sido la capital del distrito sur y la primera en lanzar el grito de independencia de España», decretó que: «La capital del Estado ecuatoriano será siempre la ciudad de Quito». (Anónimo, 1999, p.20)

En 1978, fue incluida por la UNESCO en el Patrimonio Cultural de la Humanidad, en razón de la riqueza de sus templos y monumentos históricos […] por su belleza física y sus tradiciones, denominada por esta razón como "Relicario de América" obligándola de esta manera a mantener su espléndida arquitectura. (Anónimo, 1999)

Actualmente la extensión de la ciudad hacia el norte y el sur comenzó durante los años 1980, luego se extendió hacia los valles tanto el de Tumbaco como el de los Chillos, cuando la principal área turística en la parte central norte (Quito moderno) comenzó a crecer. Quito, capital de la República del Ecuador, es hoy una metrópoli emprendedora y el centro político del país. (In Quito, 2012)

2.1.4. Clima

Posee un clima templado de tipo ecuatorial mesotérmico semihúmedo, característico de la zona andina, la temperatura media se sitúa entre 10 y 20 grados centígrados, que es similar durante todo el año excepto la pluviometría anual entre 500 y 2000 mm^3, se concentra en los meses de noviembre y mayo, por esta razón se dice que hay dos estaciones en la ciudad de Quito, una seca y otra lluviosa con una humedad que varía entre 65 y 85% […] las características climáticas proveen de una luz intensa y de una atmósfera diáfana. (Peralta & Moya Tasquer, 2007, p. 17)

2.1.5. Vías de acceso

Para ingresar al Distrito Metropolitano de Quito se lo puede hacer por vía terrestre a través del transporte público, existen en la actualidad dos terminales principales de transferencia (Quitumbe y Carcelén), o vía aérea (Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre), que se interconectan con todo el Ecuador. La terminal de Carcelén (norte), recibe transportes provinciales desde el septentrión y noroccidente del país, en tanto que, la terminal de Quitumbe (Sur) recibe transportes desde el oriente, austro y costa.

Entre las principales vías del Distrito se puede encontrar el vital eje vial que enlaza el Casco Colonial con el norte de la capital denominada Av. 10 de Agosto, adoptó como nombre la fecha del Primer Grito de la Independencia y se extiende desde la calle Briceño, en San Blas, hasta el monumento al Labrador, donde cambia su nombre por la av. Galo Plaza Lasso, esta avenida posee el sistema integrado Trolebús. (Diario El Comercio, 2011)

Por otro lado, la Av. Seis de Diciembre se encuentra ubicada al oriente de la ciudad, por esta avenida circula el sistema integrado de la Eco vía (Marín – Río Coca) con ramificaciones hacia el sur de Quito con el corredor Sur Oriental (Av. 12 de Octubre – Marín – Terminal Quitumbe), también la Av. América posee otro sistema integrado de transporte masivo denominado Metrobus-Q, que facilita la comunicación entre el sector de la Ofelia y la Marín. (Carvajal, 2007, p. 18)

Otras vías importantes dentro de la ciudad y que recorren el núcleo del Casco Colonial son las calles García Moreno o la calle Guayaquil, así como también en sentido oriental y occidental las vías: Av. Patria, Av. Eloy Alfaro, Av. Colón, Av. Amazonas y Av. Orellana entre otras.

2.1.6. Atractivos turísticos de la zona de influencia

Para poder definir los atractivos turísticos de la zona de influencia es necesario dividir la ciudad en dos zonas urbanas totalmente distintas: la primera denominada como "Quito antiguo" caracterizado por su singular beldad, guarda en sus aprietas calles, plazas, templos, monumentos y casonas las huellas de la asedio español, y la segunda denominada "Quito moderno", que emerge con la fuerza de una capital cosmopolita, manifestada en sus restaurantes, hoteles, edificios, etc.

2.1.6.1.Quito Antiguo: Conventos, iglesias y otras edificaciones

El Quito colonial como casi todos los centros históricos de las ciudades latinoamericanas es arquitectónicamente la expresión de diversos estilos, que van desde el siglo XVII hasta las últimas décadas del siglo pasado, además subsisten también algunos ejemplos de arquitectura civil y religiosa del siglo XVI. (Sosa, 1990, p. 26)

Entre las estructuras más representativas del Casco Colonial tenemos las siguientes:

- Plaza Grande o de la Independencia
- Palacio de Carondelet
- La Catedral Primada de Quito
- Iglesia de El Sagrario
- Iglesia y convento de San Francisco
- Iglesia y Convento de San Agustín
- Iglesia de la Compañía de Jesús
- Iglesia y convento de Santo Domingo
- Plaza del Teatro
- Basílica del Voto Nacional
- Museo Municipal Alberto Mena Caamaño
- Calle la Ronda y Calle de los Milagros
- El Panecillo

2.1.6.2.Quito Moderno: Edificaciones y lugares turísticos

Quito mudó de aires de forma extraordinaria en la década de los setenta con el "boom" petrolero, la clase media se creció, mientras la ciudad expandió sus límites y se modernizó ostensiblemente, en la arquitectura de la ciudad moderna confluyen varios estilos contemporáneos. (Sosa, 1990, p. 61)

Entre los lugares turísticos principales tenemos:

- Parque La Carolina
- Jardín Botánico de Quito
- Museo y Fundación Guayasamín

- Santuario de Guápulo
- Paseo de la Avenida Amazonas
- El Teleférico de Cruz Loma
- Ciudad Mitad del Mundo
- Quito Zoo
- Tren Ecuador

2.1.7. Características de un Hotel Boutique

Sobre el año de 1958 en la ciudad de Quito se edificó una infraestructura para alojar a las representaciones y expositores del Noveno Congreso Panamericano a realizarse en el Ecuador, pero este fue interrumpido por la revuelta cubana. El gobierno nacional hace entrega de esta construcción al Ministerio de Bienestar Social y a través del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social se lo arrienda a la Cadena Americana de Hoteles Intercontinental, la cual realiza ajustes a dicha infraestructura, por lo cual se la consideró como un hotel de primera categoría, con una maravillosa ubicación y una excelente vista al valle y a la ciudad de Quito, el Hotel Intercontinental Quito atravesó por una serie de inconvenientes y problemas sindicales que fueron superados por su administración, actualmente pertenece a una cadena Suiza de hoteles. (Carvajal, 2007, p. 20)

En el año 1965 se inicia la construcción del hotel Colon inaugurado en 1967 con un total de 100 habitaciones, la demanda era tan grande que el hotel no la abastecía, razón por la que tuvo que arrendar habitaciones al hotel Zumag, mientras se construían las dos torres de 420 habitaciones en el año de 1976. Actualmente pertenece a la cadena Hilton. En el año de 1982 se crea un establecimiento hotelero con la característica departamentos, al que se le denominó Apart-Hotel, sin embargo no tuvo acogida, por lo que se le realizó una serie de modificaciones y funcionó como el hotel Alameda Real. (Carvajal, 2007, p. 20)

Dentro de los hoteles que invaden el siglo XXI con sus nuevas tendencias, surgen los establecimientos hoteleros denominados “Boutique”, éstos se caracterizan por su carácter, diseño y ambiente únicos, enmarcados siempre bajo la excelencia que los define. (Gallego, 2002, p. 432)

El hotel boutique también se ha asociado a la nueva hotelería y así lo distinguimos, como pequeños establecimientos urbanos que recuerdan con su diseño las boutiques clásicas y modernas donde se trata de transmitir personalidad y buen gusto con un

decorado y estilo oportuno, aunque los hay de algunos cientos de habitaciones, otros en cambio mantienen pocas habitaciones y cualidades diferentes. (Gallego, 2002, p. 432)

En el Ecuador, las categorizaciones para con estos establecimientos resultan inadecuadas al momento de aplicarlas a estos hoteles ubicados en una clase distinta […] el concepto "Boutique" presupone el gusto más refinado tanto en la decoración como en la comida, en otras palabras, el concepto esencial de esta nueva modalidad de hoteles presupone el experimentar algo fuera de lo ordinario. (Quito Boutique Hotels, 2012)

2.1.8. Lugares de ambiente de la Comunidad GLBTI de Quito – Ecuador

La comunidad LGBTI en la ciudad de Quito es pequeña y discreta, generalmente la vida bohemia se desarrolla en el sector denominado "La Mariscal", siendo las noches de los fines de semana las favoritas del colectivo, diferenciando de esta manera: bares, discotecas, saunas, teatros, restaurantes, entre otros.

Con un diagnóstico de la planta de servicios turísticos LGBTI en la ciudad de Quito, elaborada previamente por la Fundación Ecuatoriana Equidad[7] y constatada en esta investigación, se procedió a la elaboración del siguiente cuadro:

Tabla 1: Lugares de Ambiente de la Comunidad GLBTI Quito

Lugares de Ambiente de la Comunidad GLBTI Quito		
Bares, restaurantes y discotecas		
	Categoría	**Dirección / Teléfono**
Bar Ril **Propietario: Cesar Vásquez**	**Bar** Horario de atención: De 6h00 a 02h00 De miércoles a sábado	**Dirección: Lizardo García E 8 149 y 6 de Diciembre** **Teléfono: 2 -226-714**
Tercer Milenio **Propietario: Víctor Pinto**	**Discoteca** Horario de Atención: De 22h00 a 02h00 Jueves, Viernes y sábado	**Dirección: Baquedano y Reina Victoria** **Teléfono: 2505017**

[7] La Fundación Ecuatoriana Equidad, es una organización no gubernamental, sin fines de lucro, creada el 10 de octubre del 2000, mediante Acuerdo Ministerial 1404 del Ministerio de Bienestar Social, la fundación impulsa la prevención y la investigación en VIH / SIDA en hombres gay y bisexuales, mediante las líneas de trabajo enfocadas a: promoción de políticas públicas, prestación de servicios e investigación. (E. Soria, comunicación interpersonal, 22 de enero de 2015).

Dionisios Teatro Bar **Propietario: Daniel Moreno**	**Bar Teatro** Horario de Atención: Viernes y sábados de 21h00 en adelante	**Dirección: Manuel Larrea y José Riofrío** **Teléfono: 2 557759**
Andrómeda **Propietario: Víctor Sandoval**	**Discoteca** Horario de Atención: Viernes y sábado 20:00 a 02:00	**Dirección: Mariscal Foch y Diego De Almagro** **Teléfono: 0999861258**
Divino **Propietario: Darío García**	**Discoteca** Horario de Atención: Jueves a Sábado de 20h00 a 03h00	**Dirección: Foch e3-296y Amazonas** **Teléfono: 0992876496**
La Naranjilla Mecánica	**Restaurante** Horario de Atención: Lunes a viernes: 16h00 a 02h00. Sábado: 18h00 a 02h00	**Dirección: Luis Tamayo N22-43 y Av. Veintimilla** **Teléfonos: 252 6468 / 097 174 402**
ASOCIACIONES GLBTI		
	Categoría	**Dirección / Teléfono**
Fundación Ecuatoriana Equidad **Director: Efraín Soria**	**Organización GLBT** Horario de Atención: De 8h30 a 19h30 De lunes a viernes	**Dirección: c/ Baquerizo Moreno E7 86 y Diego de Almagro 3er piso** **Telefax: 2 54 43 37** **www.equidadglbti.com**
Fundación Causana	**Organización GLBT** Horario de Atención: Lunes a Viernes de 10h00 a 21h00	**Dirección: c/ Leonidas Plaza 10 35 y Lizardo García 2do piso** **Teléfono: 2558321**
OEML **Directora: Sandra Álvarez**	**Organización Lesbiana** Solo con previa cita	**Dirección: c/ Jorge Juan N 31 172 y Mariana de Jesús** **Teléfono: 2 239744**
Asociación Alfil **Directora: Rashel Erazo**	**Organización GLBT** Horario de Atención: De lunes a viernes de 9h00 a 17h00	**Dirección: c/Armero 342 y Av. Universitaria** **Teléfono: 2 549919**
Coalición Ecuatoriana de PVV (derechos de las personas con VIH)	**Organización que trabaja por los** Horario de Atención: De lunes a viernes de 9h00 a 17h00	**Dirección: Bello Horizonte E 10-90 y Manuel Iturrey** **Teléfono: 3238470 3238095** **www.coalicionecuatoriana.org**
SAUNAS		
	Categoría	**Dirección / Teléfono**
Azul **Propietario: Marlon Bone**	Sauna Horario de Atención: De 14h00 a 22h00 Toda la semana	**Dirección: Mariscal Foch 2 85 y Av. 6 de Diciembre** **Teléfono: 2221.697**
Jinetes **Propietario: Rubén Darío Escobar**	Sauna Horario de Atención: Toda la semana de 14h00 a 22h00	**Dirección: Berlín 147y 9 de octubre** **Teléfono: 2231543**
Neo Apolo **Propietario: Fredy Lobato**	Sauna Horario de Atención: Toda la semana de 14h00 a 22h00	**Dirección: San Ignacio 10 27 y González Suárez** **Teléfono: 23238542**

TIENDAS		
	Categoría	**Dirección / Teléfono**
Rainbow Connection **Propietario: Diego Revelo**	Tienda de artículos GLBTI	**Dirección: Joaquín pinto 416 y Juan León Mera** **Teléfono: 2527303** **rainbowconection@hotmail.com**
CINES Y SALAS DE PROYECCIÓN		
	Categoría	**Dirección / Teléfono**
Ocho y Medio	**Cine** Horario de Atención: Todos los días a partir de las 18h00	**Dirección: Valladolid 24 353 y Vizcaya** **Teléfono: 2 904720**
Video Maxxx, G **Propietario: Juan Lucero**	Sala de video Horario de Atención: De 14h00 20h00 De lunes a sábado	**Dirección: Av. América N 27 84 y Selva Alegre 2do piso** **Teléfonos: 2 56 62 08 098521 517**
Mega Spark **Propietario: Franklin Gualotuna**	**Sala de video** **Horario de Atención:** 11h00 a 21h00 De lunes a sábado	**Dirección: Maldonado y Napo** **Teléfono: 0999662800**
Video Universal **Propietario: Vinicio Pilaguano**	**Sala de video** Horario de Atención: De 14h00 20h00 De lunes a sábado	**Dirección: Ulloa N26-11y Gran Vicente Aguirre Teléfono: 0995211635**
PARQUES Y SITIOS PÚBLICOS		
	Categoría	**Dirección / Teléfono**
Parque el Ejido	**Sitio Publico** Todos los días	**Dirección: Diez de Agosto entre Patria y 6 de Diciembre**
Parque de la Independencia	**Sitio Publico** Todos los días, todo el día	**Dirección: García Moreno entre Venezuela y Chile**
Av. Amazonas	**Sitio Publico** Todos los días, tarde y noche	**Dirección: Amazonas entre Av. Patria y Av. Colon**
PROGRAMAS RADIALES		
LA NOTA FUERTE	Radio Pública del Ecuador (100.9 FM) Hora de Programación: Martes y Jueves 22h30	**Dirección: San Salvador E6-49 y Eloy Alfaro** **Teléfono: 3970800**
AGENCIAS DE VIAJE		
ISHPINGO TOURS	**Agencia de Viaje** **Horario de Atención: De lunes a viernes de 9h00 a 17h00**	**Dirección: Moreno Bellido E6-167 y Av. Amazonas entre Mariana de Jesús y Amazonas.**

ELABORADO POR: Fundación Ecuatoriana Equidad
FUENTE: Fundación Ecuatoriana Equidad
FECHA: Enero 31 del 2015

3. CAPITULO III

3.1.RESULTADO Y TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS

3.1.1. Análisis de la Oferta

3.1.1.1.Competencia Directa

Entre los hoteles que se encuentran en el Distrito Metropolitano de Quito, se logró evidenciar que la competencia directa la conforman los siguientes establecimientos:

- Nü House Boutique Hotel
- Le Parc Hotel
- Casa Joaquín Boutique Hotel
- Patio Andaluz Hotel Boutique
- Mansión del Ángel Boutique Hotel
- Casa Foch Boutique Hotel

Los Hoteles Boutique de la capital se consideran como competencia directa del proyecto, ya que sus tarifas, lujos y servicios son similares a los del proyecto.

Tabla 2: Competencia Directa

Competencia Directa														
	Nû House		**Le Parc**		**Casa Joaquín**		**Patio Andaluz**		**La Mansión del Ángel**		**Casa Foch**		**Hotel Proyecto**	
Categoría	Boutique		Boutique		Boutique		Boutique		Boutique		Boutique		Boutique	
Habitaciones	***52***		***30***		***14***		***32***		***8***		***13***		***13***	
Aire acondicionado	*		*		*		*		*		*		*	
Caja fuerte (Safe Box)	*		*		*		*		*		*		*	
Internet (Wi-fi)	*		*		*		*		*		*		*	
Mini bar (Minibar)	*		*		*		*		*		*		*	
Línea directa nacional e internacional	*		*		*		*		*		*		*	
Televisión por cable (Cable television)	*		*		*		*		*		*		*	
Servicios del hotel (Hotel Services)														
Bar (Bar)	*		*		*		*		*		*		*	
cafetería (cafeteria)	*		*		*		*		*		*		*	
Centro de Negocios	*		*				*							
Gimnasio														
Información Turística	*		*		*		*		*		*		*	
Lavandería (Laundry service)														
Parqueadero privado			*											
Piscina														
Restaurante (Restaurant)	*		*				*		*					
Sala de Reuniones	*		*		*		*		*		*		*	
Salones para eventos	*		*				*							
Servicio a la habitación (Room Service)	*		*		*		*		*		*		*	
Spa	*		*						*					
Tarifas														
Tarifas	Estandar	$ 124,00	Business Suite	$ 433,10	Traveller single	$ 85,90	Estándar	$ 245,00	Estándar	$ 150,00	Estándar	$ 120,00	* Ver estrategia de Precios	
	Ejecutiva	$ 160,00	Junior Suite	$ 384,30	Traveller Double	$ 104,10	Doble	$ 306,00	Suite	$ 220,00	Suite	$ 135,00		
									Lujo	$ 275,00				

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Federación Hotelera del Ecuador
FECHA: Febrero 20 del 2015

3.1.1.2.Competencia Indirecta

Los hoteles que se convierten en competencia indirecta para el proyecto son los establecimientos pertenecientes a la categoría de lujo:

- JW Marriot Quito
- Swissôtel Quito
- Hilton Colon Quito Hotel
- Alameda Hotel Mercure
- Hotel Quito
- Best Western Premier CPlaza Hotel

Los Hoteles de Primera Categoría de la capital se consideran como competencia indirecta del proyecto, ya que sus tarifas, lujos y servicios son similares a los del proyecto.

Tabla 3: Competencia Indirecta

Competencia Indirecta												
	JW Marriott		Swisshotel		Hilton Colón		Hotel Mercure		Hotel Quito		Best Western Premier Cplaza Hotel	
Categoría	Lujo		Lujo		Lujo		Lujo		Lujo		Lujo	
Habitaciones / Plazas	***257/ 370***		***283/ 275***		***255/ 400***		***147/ 350***		***215/ 455***		***110/ 150***	
Aire acondicionado	*		*		*		*		*		*	
Caja fuerte (Safe Box)	*		*		*		*		*		*	
Internet (Wi-fi)	*		*		*		*		*		*	
Mini bar (Minibar)	*		*		*		*		*		*	
Línea directa nacional e internacional	*		*		*		*		*		*	
Televisión por cable (Cable television)	*		*		*		*		*		*	
Servicios del hotel (Hotel Services)												
Bar (Bar)	*		*		*		*		*		*	
cafetería (cafeteria)	*		*		*		*		*		*	
Centro de Negocios	*		*		*		*		*		*	
Gimnasio	*		*		*		*		*		*	
Información Turística	*		*		*		*		*			
Lavandería (Laundry service)	*		*		*		*		*		*	
Parqueadero privado	*		*		*		*		*		*	
Piscina	*		*		*				*			
Restaurante (Restaurant)	*		*		*		*		*		*	
Sala de Reuniones	*		*		*		*		*		*	
Salones para eventos	*		*		*		*		*		*	
Servicio a la habitación (Room Service)	*		*		*		*		*		*	
Spa	*		*		*				*		*	
Tarifas												
Tarifas	Lujo	$ 206,18	Swiss Premier	$ 209,00	King Deluxe	$ 317,98	Superior Room	$ 220,00	Ejecutiva S.	$ 117,90	Junior Suite	$ 195,20
	Ejecutiva	$ 267,18			King Club Room	$ 354,58	Superior Suite	$ 232,00	Ejecutiva D.	$ 124,00	Junior Suite Doble	$ 219,60
	Suite	$ 328,18			King Executive Suite	$ 549,78	Deluxe Room	$ 244,00				
					Suite Presidencial	$ 1.466,00	Deluxe Suite	$ 256,00				

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Federación Hotelera del Ecuador
FECHA: Febrero 20 del 2015

3.1.1.3. Capacidad Instalada de la competencia

El número de plazas de alojamiento ha crecido en el 2013 un 11% en relación al 2012, en total el Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) cuenta con 23790 plazas. Sin embargo, no todas las habitaciones están disponibles para la venta, de esta manera, a continuación se presenta la capacidad instalada de la competencia año a año.

Tabla 4: Capacidad Hotelera por Plazas Totales 2008 – 2014

Descripción	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Capacidad Hotelera por plazas	14.256	15.466	17.002	18.638	21.358	23.790	26.738

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos SIIT – 2014
FECHA: Febrero 24 del 2015

El número de habitaciones en el DMQ ha crecido en el 2013 un 11% en relación al año anterior, es decir la ciudad cuenta con 11.895 habitaciones para ser ocupadas, a continuación se muestra la capacidad instalada de la competencia año a año.

Tabla 5: Capacidad Hotelera por Habitaciones Totales 2008 – 2014

Descripción	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Capacidad Hotelera por habitaciones	7.128	7.733	8.501	9.319	10.679	11.895	13.441

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos SIIT – 2014
FECHA: Febrero 24 del 2015

3.1.2. Análisis de la Demanda

3.1.2.1.Demanda Histórica

Con los antecedentes obtenidos por Quito Turismo, sobre capacidad hotelera por plazas y habitaciones, tarifa promedio y tasa de ocupación, se logró obtener datos sobre el total de habitaciones ocupadas en el Distrito Metropolitano de Quito en los siguientes periodos.

Tabla 6: Demanda Histórica

Descripción	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Capacidad Hotelera por Plazas	14.256	15.466	17.002	18.638	21.358	23.790	26.738
Capacidad Hotelera por Habitaciones	7.128	7.733	8.501	9.319	10.679	11.895	13.441
Tarifa Promedio	$55	$54	$59	$59	$65	$73	$74
Tasa de Ocupación Hotelera	53.9%	49.9%	52.4%	53.8%	57.9%	57.7%	57%
Número de habitaciones ocupadas	3.842	3.859	4.455	5.014	6.183	6.863	7661

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos SIIT 2014
FECHA: Febrero 25 del 2015

3.1.2.2.Demanda Actual y Futura

Conociendo la demanda de los periodos anteriores, se procederá a aplicar la fórmula matricial estadística denominada tendencia, la cual utiliza el método de mínimos cuadrados para calcular una tendencia lineal y proyectarla hacia el futuro.

Tabla 7: Proyección de la demanda

Año	X	Y	x^2	XY
2008	1	471499	1	471499
2009	2	461865	4	923730
2010	3	474221	9	1422663
2011	4	487378	16	1949512
2012	5	533458	25	2667290
2013	6	628958	36	3773748
2014	7	682.429	49	4777003
Σ	**28**	**3739808**	**140**	**15985445**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos SIIT 2014
FECHA: Febrero 26 del 2015

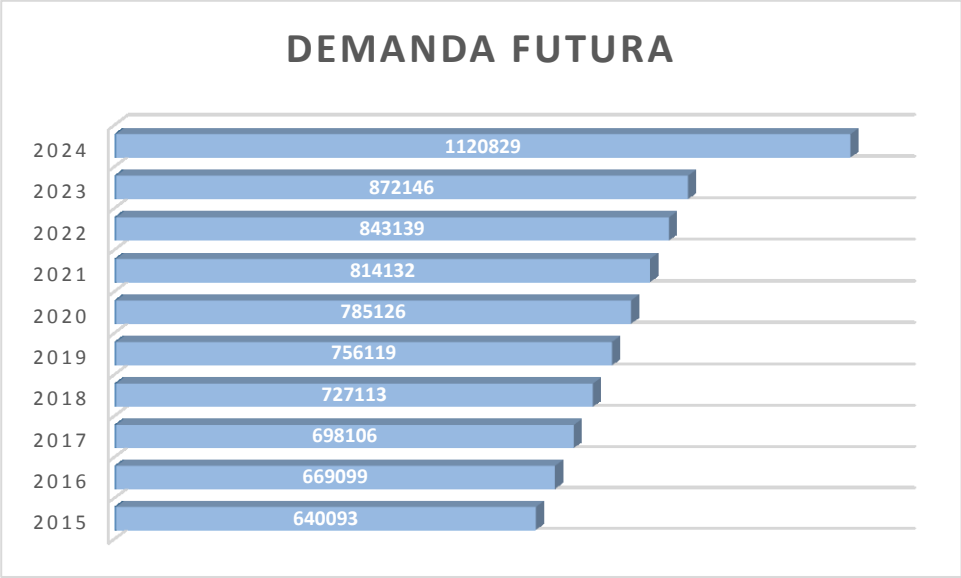
Aplicando la respectiva fórmula (tendencia), a continuación se proyecta la demanda durante diez periodos:

Tabla 8: Proyección de la demanda

Años	Demanda futura
2015	640093
2016	669099
2017	698106
2018	727113
2019	756119
2020	785126
2021	814132
2022	843139
2023	872146
2024	1120829

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Febrero 26 del 2015

Ilustración 1: Gráfico demanda futura



ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Febrero 26 del 2015

3.1.3. Segmentación de Turistas Nacionales

La segmentación de mercado, consiste en dividir un mercado en grupos más pequeños con distintas necesidades, características o comportamientos, y que podrían requerir estrategias o mezclas de marketing distintas, razón por la cual se ha divido la

clasificación en variables: geográficas, demográficas, de consumo, psicológicas y de ingresos. (Kotler, 2002, p. 06)

3.1.3.1. Variable Geográfica

- ✓ Habitantes del Ecuador pertenecientes al segmento GLBTI

3.1.3.2. Variables Demográficas

- ✓ Clase social: media alta y alta
- ✓ Edad: 25 a 50 años
- ✓ Género: femenino y masculino
- ✓ Ingresos mensuales: 800.00$ en adelante
- ✓ Nivel de instrucción: superior y postgrado
- ✓ Orientación sexual: homosexuales y bisexuales

3.1.3.3. Hábitos de Consumo

- ✓ Frecuencia: que su hospedaje se realice por lo menos una vez al mes.
- ✓ Duración de la estadía: comprendido entre 2 a 5 noches.

3.1.3.4. Variable Psicológica

- ✓ Que realicen turismo de negocios y asistan a congresos.

3.1.3.5. Variable Ingresos

- ✓ Que estén dispuestos a cancelar desde 95.00$ en adelante.

3.1.4. Segmentación de Turistas Internacionales

3.1.4.1. Variable Geográfica

- ✓ Continentes: Americano y Europeo

3.1.4.2. Variables Demográficas

- ✓ Clase social: medio alta y alta
- ✓ Edad: 25 a 50 años
- ✓ Género: femenino y masculino

- ✓ Ingresos mensuales: 4.000,00$ en adelante
- ✓ Nivel de instrucción: superior y postgrado
- ✓ Orientación sexual: homosexuales y bisexuales

3.1.4.3. Hábitos de Consumo

- ✓ Frecuencia: que su hospedaje se realice por lo menos una vez al mes.
- ✓ Duración de la estadía: comprendido entre 2 a 5 noches.

3.1.4.4. Variables Psicológicas

- ✓ Que realicen turismo

3.1.4.5. Variable Ingresos

- ✓ Que estén dispuestos a cancelar desde 95.00$ en adelante

3.1.5. Objetivos de la encuesta

Para conocer el perfil de los potenciales clientes, se realizó una encuesta a turistas nacionales y extranjeros pertenecientes al segmento GLBTI, para descubrir sus gustos y preferencias al momento de escoger un hotel y realizar un viaje. Los objetivos de la encuesta son los siguientes:

- Determinar los gustos y preferencias del segmento GLBTI.
- Conocer si habrá aceptación de personas heterosexuales.
- Buscar factores de diferenciación para modelar la idea de proyecto.
- Determinar el motivo de viaje.

3.1.5.1. Universo

El universo que se trabajará a continuación parte de un estudio previo realizado en el mes de octubre del año 2013 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), denominado "*Estudio de caso sobre las condiciones de vida, inclusión social y cumplimiento derechos humanos de la población LGBTI en el Ecuador"*.

Para este estudio, se tomaron en cuenta varios aspectos particulares de la población que participaría en la investigación, dado que las personas LGBTI no constituyen un grupo humano plenamente visibilizado en la sociedad, por factores como la discriminación, fue necesario realizar un acercamiento con las principales organizaciones LGBTI del país que trabajan por el cumplimiento de sus derechos. Este acercamiento constituyó un espacio de retroalimentación clave para el desarrollo de la investigación. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013, p.8)

Se utilizó una técnica de muestreo no probabilístico -diferente a las tradicionales aplicadas por el INEC- a través del método Bola de Nieve, que se caracteriza por la inexistencia de un marco muestral, este método resulta eficaz para lograr el acercamiento y obtener la información de poblaciones ocultas. A partir de este supuesto, es factible que una persona referencie a otros individuos de la misma población, después de contactar a las personas referidas se procedió a realizar la entrevista y se pidió referenciar a otra persona que sea parte de esta población, captando esta información en el formulario, este proceso se repitió simultáneamente hasta que uno de los entrevistados se rehúse a contestar el formulario o uno de ellos no tenga a quien referenciar. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013, p.11)

Para obtener una estimación de la muestra para la población GLBTI en la ciudad de Quito, se analizó la información proporcionada por las organizaciones y colectivos, sobre sus integrantes y asistentes. Dicha estimación se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 9: Estimación de la muestra poblacional GLBTI

Región	Ciudad	Población	Organización	Muestra
Sierra	Quito	Gay	Causana	5
	Quito		Dionisios	35
	Quito		Equidad	260
	Quito	Lesbiana	OELM	187
	Quito		Causana	267
	Quito	Trans	ALFIL	129
Total				**883**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2013
FECHA: Marzo 02 del 2015

3.1.5.2. Muestra

Para obtener la muestra se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

n= tamaño de la muestra

N= universo, el cual se refiere a el total de 883 personas entrevistadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el año 2013.

Z^2= con el fin de obtener un nivel de confianza del 95%, se debe aplicar obligatoriamente un estándar de 1.96, según la regla empírica de la estadística.

p= probabilidad de éxito del 50%

q= probabilidad de error del 50%

e= margen de error del 5%

Tabla 10: Indicadores muestrales

Indicadores muestrales	
N= Tamaño de la población	883
Z= 1,96 (si la seguridad es del 95%)	1.96
p= Proporción esperada	0.5
q= (1-) (en este caso)	0.5
e= error (en este caso deseamos un 5% de error)	0.05

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Marzo 01 del 2015

$$n = \frac{(883)\ (1.96)^2 * (0.5)\ (0.5)}{(0.05)^2(883-1) + (1.96)^2\ \ (0.5)\ (0.5)}$$

$$n = \frac{(883)\ (3.84)\ (0.5)\ (0.5)}{(0.0025)(883-1) + 3.84\ \ (0.5)\ (0.5)}$$

$$n = 268$$

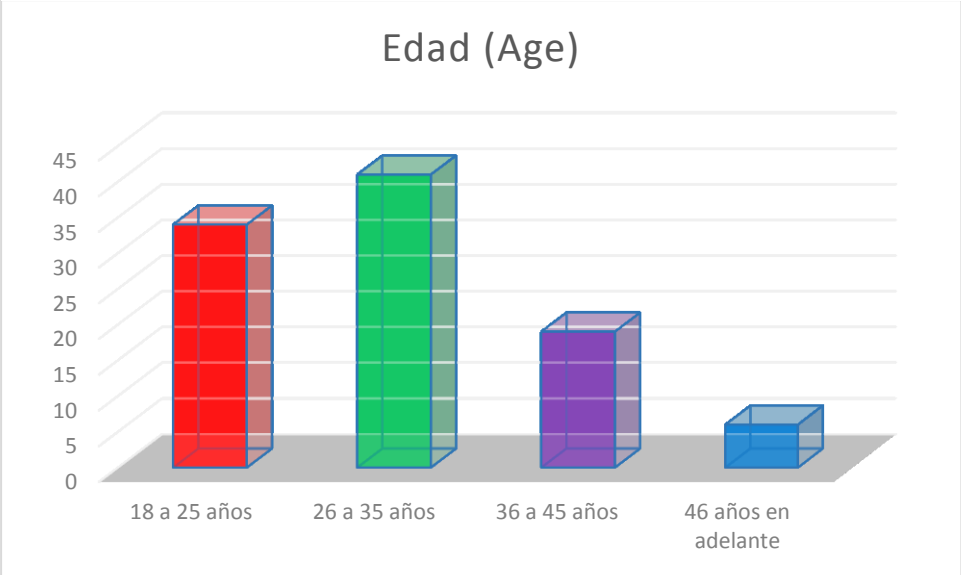
Para visualizar el modelo de encuesta, remitirse al Anexo 1: encuesta turistas nacionales y extranjeros.

3.1.6. Interpretación de las Encuestas

3.1.6.1. Edad

Existe una clara mayoría de personas encuestadas que va desde los 26 hasta los 35 años de edad, convirtiéndose en un grupo importante para el proyecto, ya que representan el 41% de la muestra (Remitirse al Anexo 2: Resultado de las encuestas variable edad).

Ilustración 2: Resultado de las encuestas variable edad.

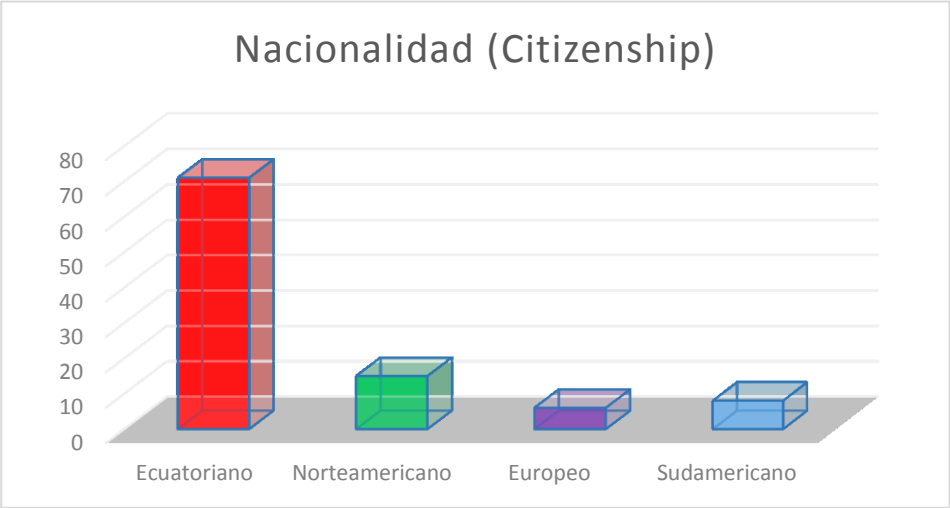


ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

3.1.6.2. Nacionalidad

Según los datos recolectados, se presenta gran interés del mercado nacional por adquirir los servicios del nuevo hotel, representados con el 71.33% del total de la muestra, seguidos por el mercado de América del Norte que representa el 14.67% de la muestra (Remitirse al Anexo 3: Resultado de las encuestas variable nacionalidad).

Ilustración 3: Resultado de las encuestas variable nacionalidad.

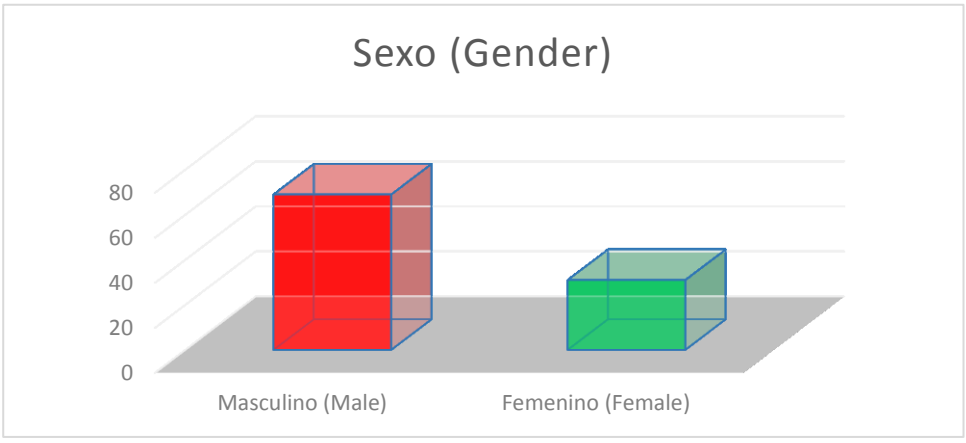


ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

3.1.6.3. Sexo

En esta variable existe una clara mayoría a favor del sexo masculino, representando el 68.67% de la muestra total (Remitirse al Anexo 4: Resultado de las encuestas variable sexo).

Ilustración 4: Resultado de las encuestas variable sexo.

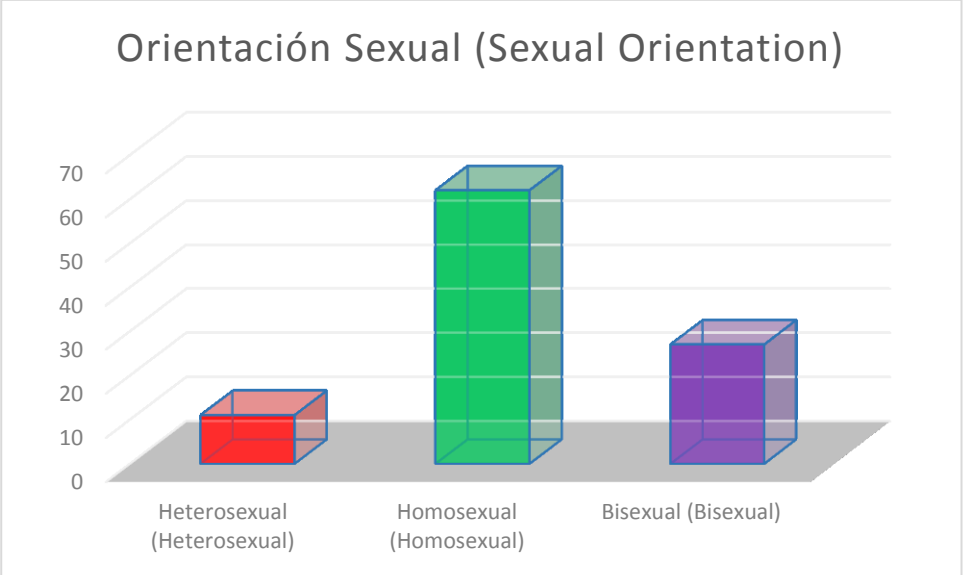


ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

3.1.6.4. Orientación Sexual

La variable Orientación sexual deja visualizar que los potenciales clientes del hotel en un 62,00% son personas homosexuales (Remitirse al Anexo 5: Resultado de las encuestas variable orientación sexual).

Ilustración 5: Resultado de las encuestas variable orientación sexual.



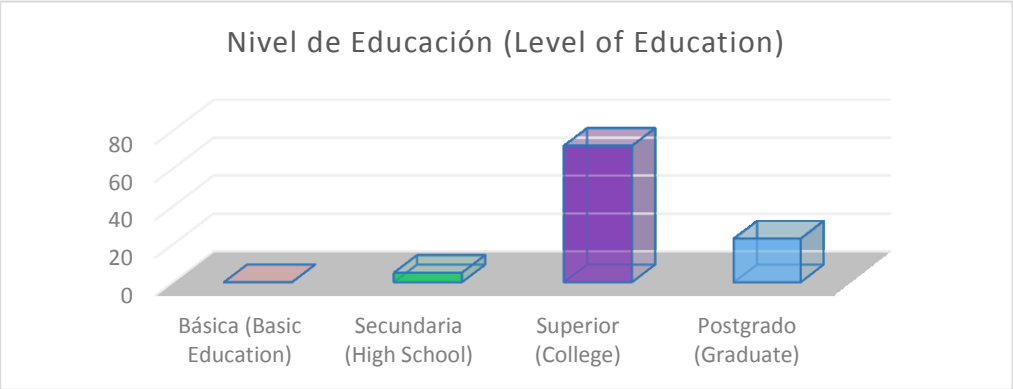
ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

3.1.6.5. Nivel de Educación

En cuanto al nivel de educación de los encuestados, los datos arrojan un 72% correspondiente al nivel Superior de educación, con un total de 217 encuestas de la muestra (Remitirse al Anexo 6: Resultado de las encuestas variable nivel de educación).

.

Ilustración 6: Resultado de las encuestas variable nivel de educación



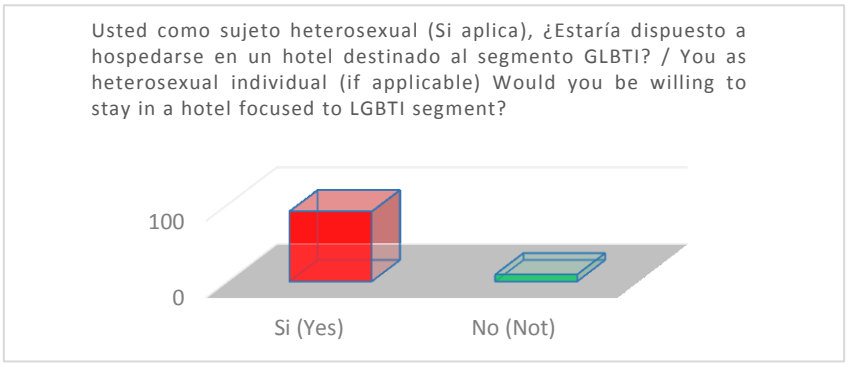
ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

3.1.6.6. Pregunta 1

Usted como sujeto heterosexual (Si aplica), ¿Estaría dispuesto a hospedarse en un hotel destinado al segmento GLBTI? / You as heterosexual individual (if applicable) Would you be willing to stay in a hotel focused to LGBTI segment?

Se puede observar con gran totalidad que la respuesta afirmativa recibe un 90.67% a diferencia de la negativa que recibe el porcentaje restante de la muestra (Remitirse al Anexo 7: Resultado de las encuestas variable decisión).

Ilustración 7: Resultado de las encuestas variable decisión

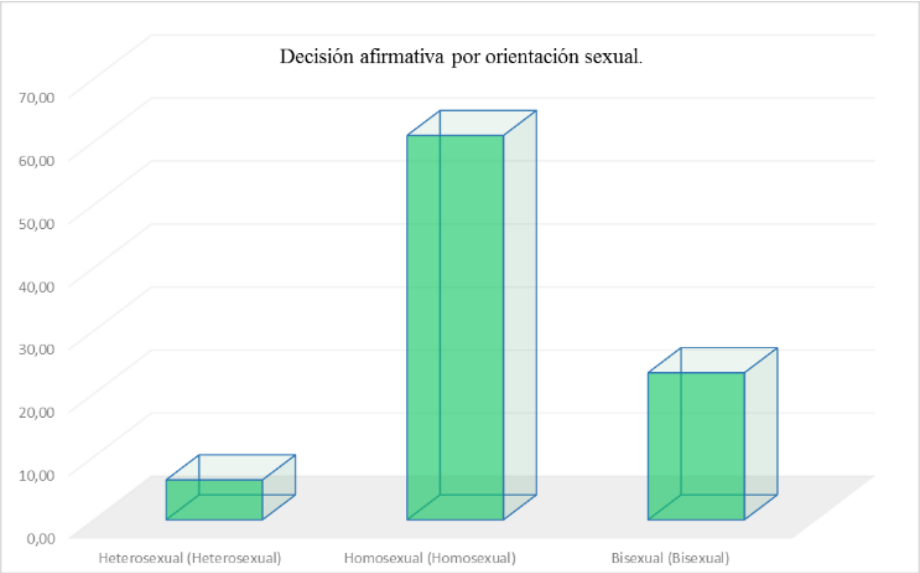


ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

Además resulta importante en el estudio señalar el porcentaje de decisión afirmativa y negativa en relación con la orientación sexual de los encuestados.

En concordancia con las respuestas anteriores, se logra evidenciar que el proyecto obtiene una acogida mayoritaria en el mercado por los segmentos heterosexual, homosexual y bisexual, representados en un 90.67% de aceptación (Remitirse al Anexo 8: Resultado de las encuestas variable decisión afirmativa por orientación sexual).

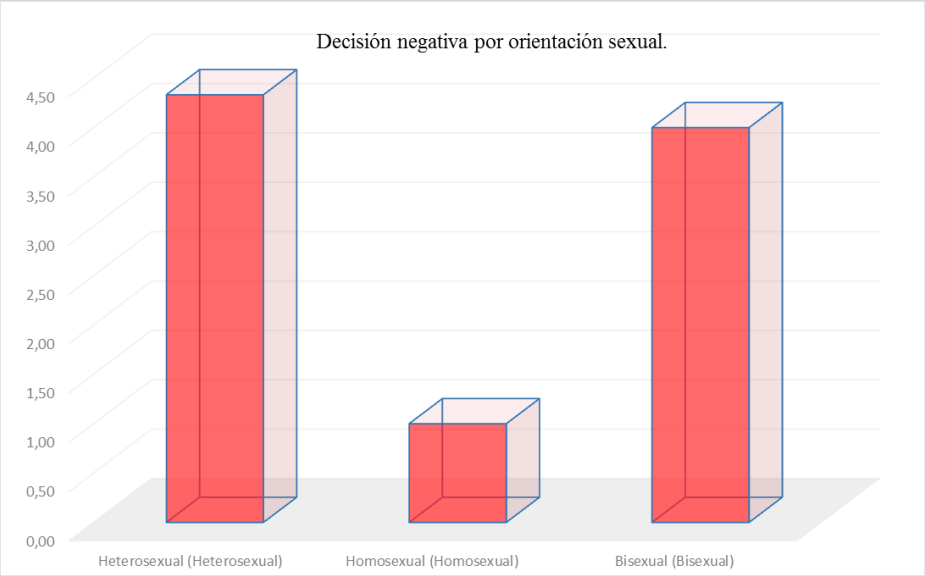
Ilustración 8: Resultado de las encuestas variable decisión afirmativa por orientación sexual.



ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

Las respuestas negativas representan el 9.33 % del total de las encuestas tabuladas, es decir, que en cada segmento por orientación sexual, la no aceptación del proyecto alberga menos del 5% (Remitirse al Anexo 9: Resultado de las encuestas decisión negativa por orientación sexual).

Ilustración 9: Resultado de las encuestas variable decisión negativa por orientación sexual.



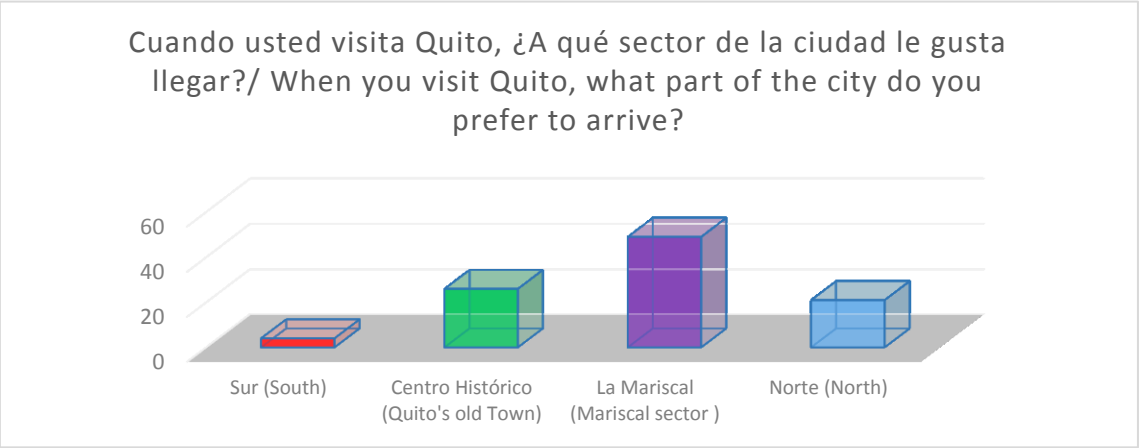
ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

3.1.6.7. Pregunta 2

Cuando usted visita Quito, ¿A qué sector de la ciudad le gusta llegar?/ When you visit Quito, what part of the city do you prefer to arrive?

El lugar de preferencia de los encuestados es el sector de La Mariscal, el cual obtiene un 49% de la votación (Remitirse al Anexo 10: Resultado de las encuestas variable sector de la ciudad).

Ilustración 10: Resultado de las encuestas variable sector de la ciudad.



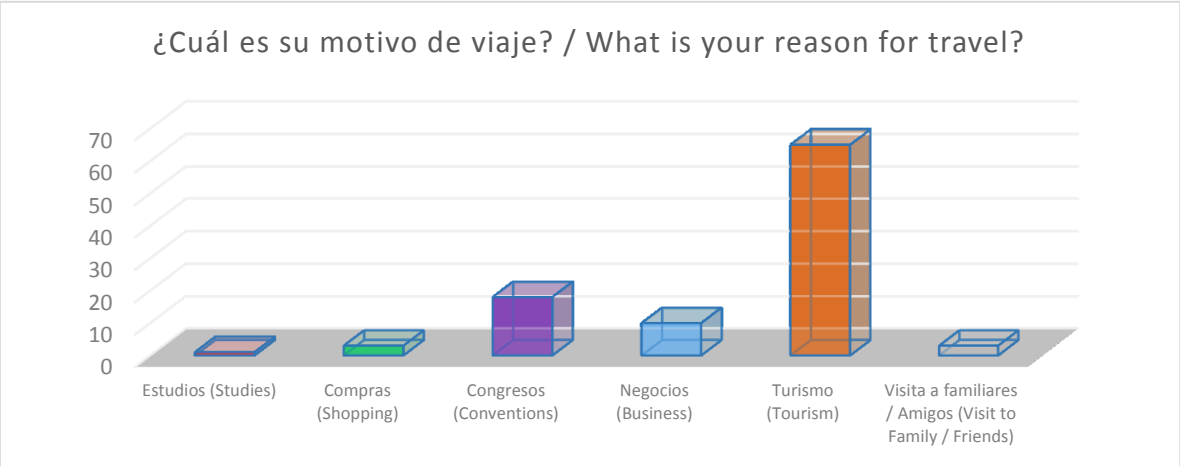
ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

3.1.6.8. Pregunta 3

¿Cuál es su motivo de viaje? / What is your reason for travel?

La mayoría de la gente encuestada realiza turismo como su principal motivo de viaje, visualizando un 65% del total de la muestra (Remitirse al Anexo 11: Resultado de las encuestas variable motivo de viaje).

Ilustración 11: Resultado de las encuestas variable motivo de viaje



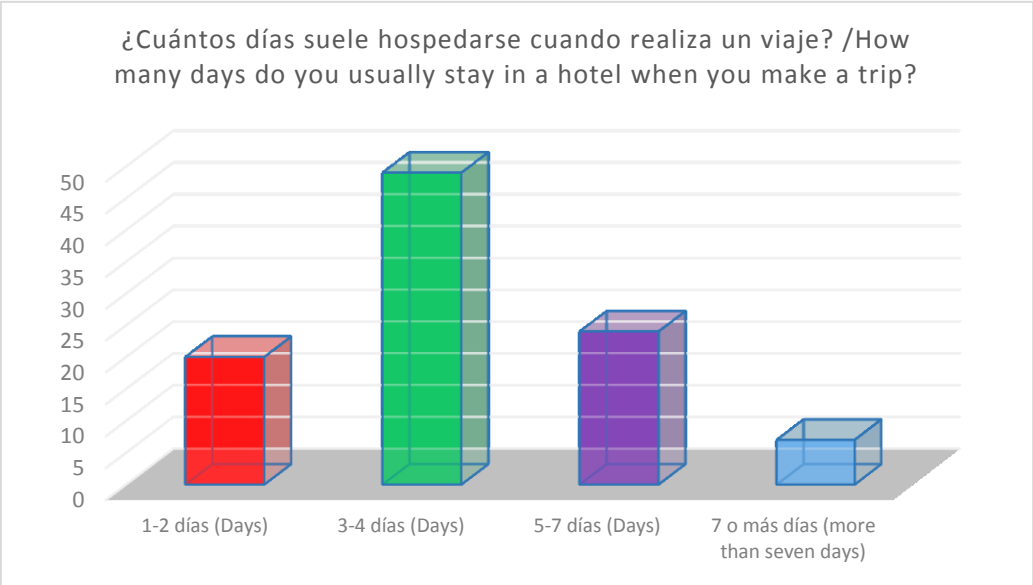
ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

3.1.6.9. Pregunta 4

¿Cuántos días suele hospedarse cuando realiza un viaje? /How many days do you usually stay in a hotel when you make a trip?

Los encuestados mantienen estadías cortas de menos de siete noches, obteniendo el mayor puntaje una estadía promedio de tres a cuatro días con un total del 49% de la muestra (Remitirse al Anexo 12: Resultado de las encuestas variable estadía).

Ilustración 12: Resultado de las encuestas variable estadía.



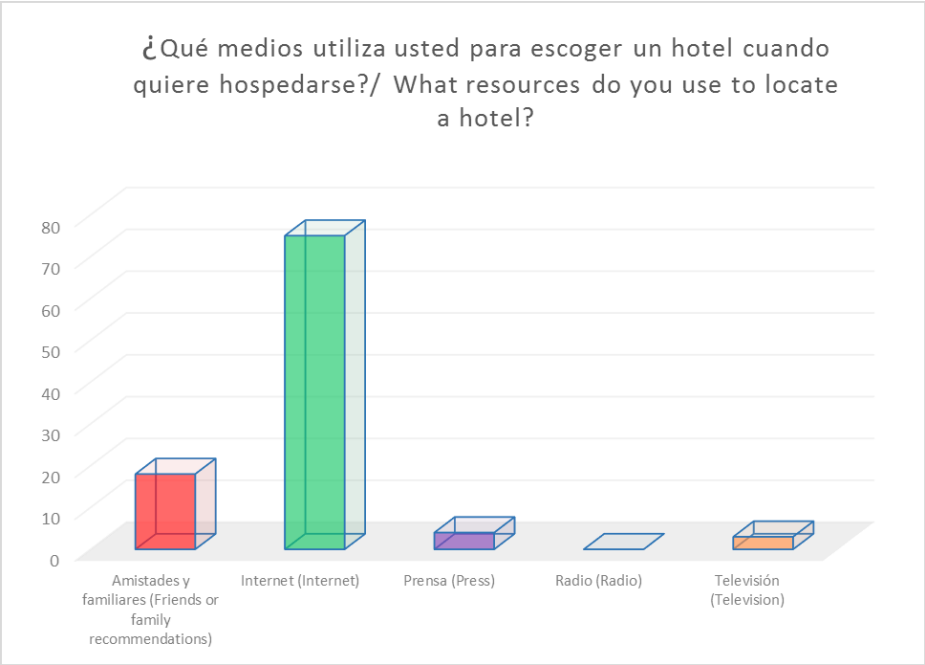
ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

3.1.6.10. Pregunta 5

¿Qué medios utiliza usted para escoger un hotel cuando quiere hospedarse?/ What resources do you use to locate a hotel?

Con un porcentaje dominante correspondiente al 74.67% del total de la muestra, el internet es el recurso tecnológico con mayor preferencia por los encuestados al momento de escoger un hotel (Remitirse al Anexo 13: Resultado de las encuestas variable medios para escoger un hotel).

Ilustración 13: Resultado de las encuestas variable medios para escoger un hotel.



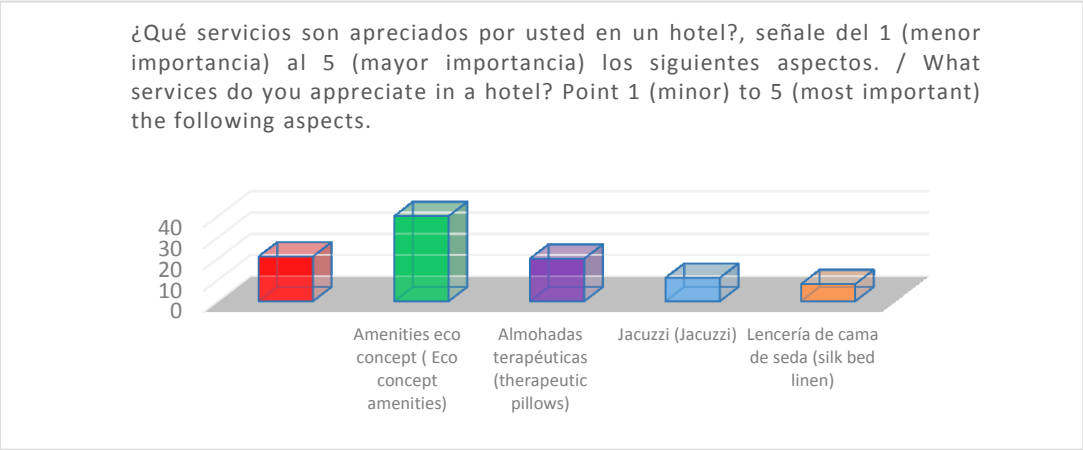
ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

3.1.6.11. Pregunta 6

¿Qué servicios son apreciados por usted en un hotel?, señale del 1 (menor importancia) al 5 (mayor importancia) los siguientes aspectos. / What services do you appreciate in a hotel? Point 1 (minor) to 5 (most important) the following aspects.

Dentro de los servicios apreciados por los encuestados dentro de un hotel, sobresale con un 40% del total de la muestra, el aspecto denominado: Amenities eco concept, los cuales permiten prever el alto grado de responsabilidad ambiental de los mismos (Remitirse al Anexo 14: Resultado de las encuestas variable servicios).

Ilustración 14: Resultado de las encuestas variable servicios.



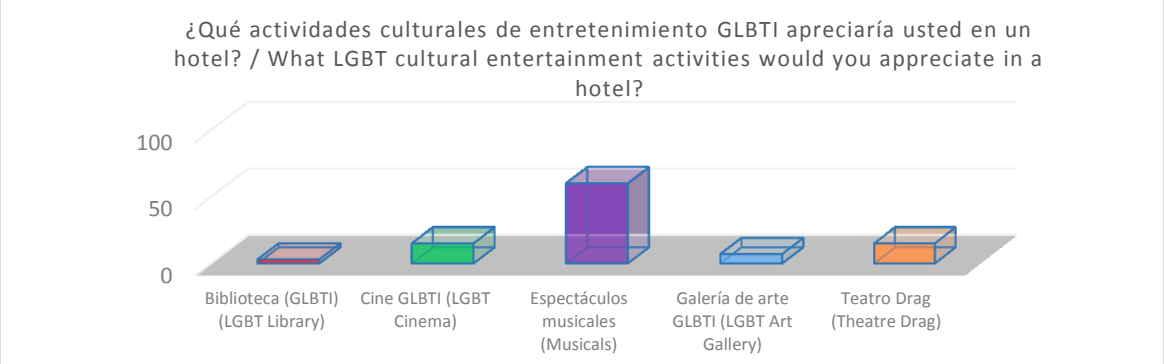
ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

3.1.6.12. Pregunta 7

¿Qué actividades culturales de entretenimiento GLBTI apreciaría usted en un hotel? / What LGBT cultural entertainment activities would you appreciate in a hotel?

Una de las actividades culturales GLBTI preferidas por los sujetos encuestados son los Musicales, obteniendo un 60% del total de la muestra (Remitirse al Anexo 15: Resultado de las encuestas variable actividades GLBTI).

Ilustración 15: Resultado de las encuestas variable actividades GLBTI.



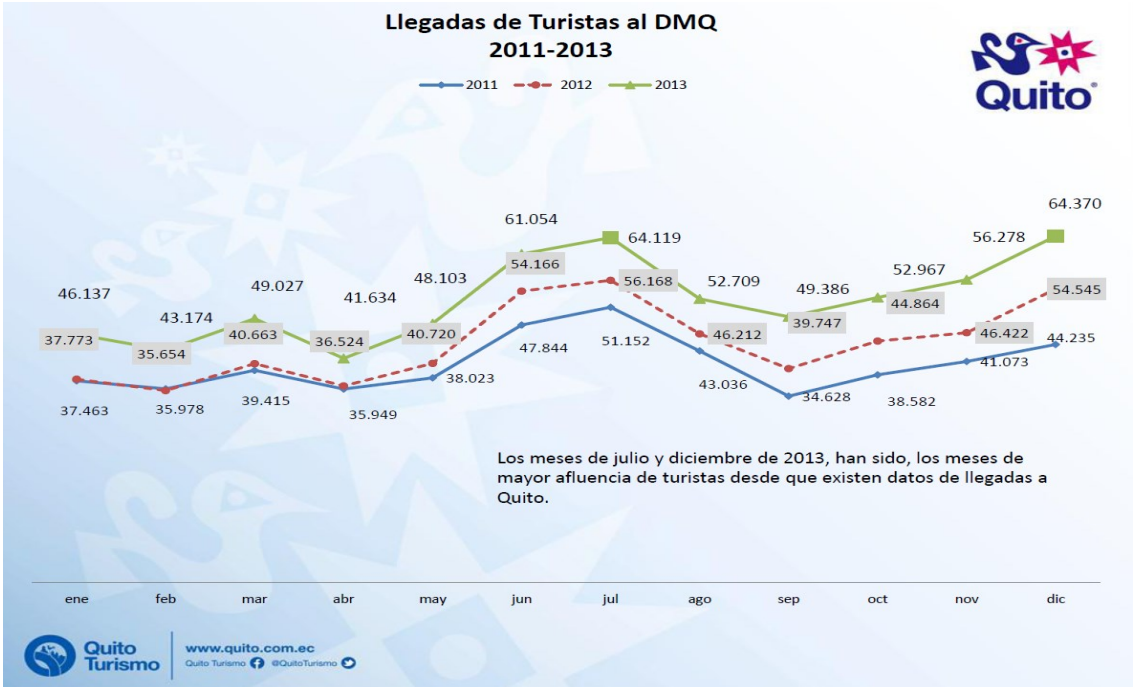
ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

3.1.7. Análisis de la demanda en temporadas altas y bajas

Según el estudio más reciente, realizado por la Empresa Pública Metropolitana de Turismo denominado: "Sistema Institucional de Indicadores Turísticos 2013", revela una clara estacionalidad comprendida entre los meses de mayo a diciembre (8 meses) señalada como temporada alta, además se puede visualizar una temporada baja comprendida entre los meses de enero a abril (4 meses).

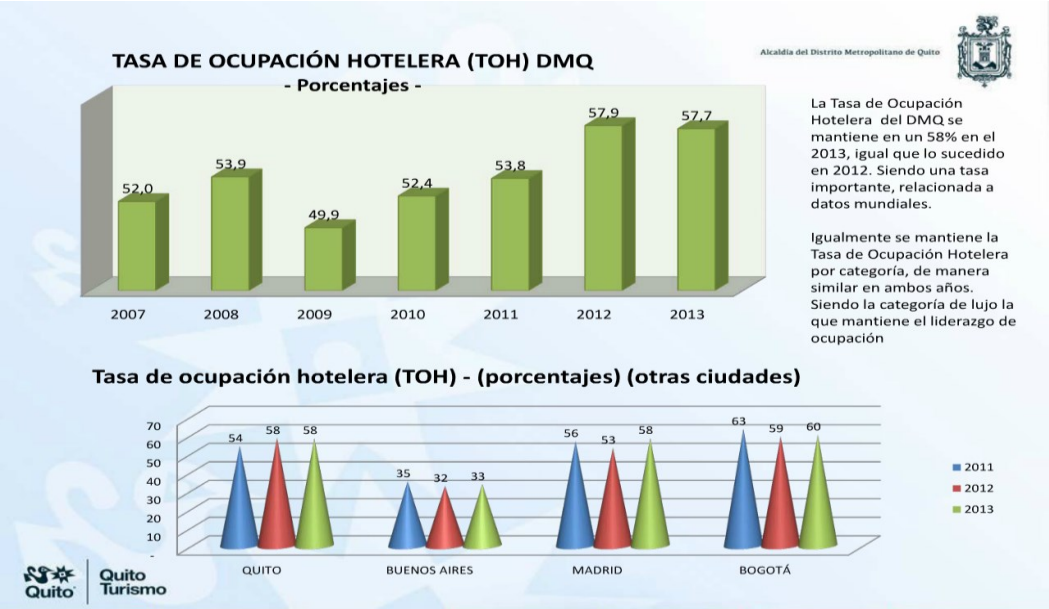
Cabe señalar que la tasa de ocupación en la ciudad de Quito se mantiene en un promedio de 58% en los periodos 2012 y 2013, además la TOH por Categoría, logra resaltar a la categoría de lujo como una de las favoritas. (Empresa Pública Metropolitana de Turismo, 2013)

Ilustración 16: Llegada de turistas al DMQ 2011-2013



FUENTE: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos 2013
FECHA: Marzo 03 del 2015

Ilustración 17: Tasa de Ocupación Hotelera (TOH) DMQ



FUENTE: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos 2013
FECHA: Marzo 03 del 2015

3.1.8. Demanda Potencial del Proyecto

Para determinar la demanda potencial, se utilizará el porcentaje de aceptación en la encuesta del proyecto denominada: "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015. En la interrogante: Usted como sujeto heterosexual (Si aplica), ¿Estaría dispuesto a hospedarse en un hotel destinado al segmento GLBTI? / You as heterosexual individual (if applicable) Would you be willing to stay in a hotel focused to LGBTI segment?, el proyecto obtiene un 90.67% de aceptación, representado en 272 encuestas.

En otras palabras, el 90.67% de aceptación en el proyecto, se multiplicará por la estimación de la muestra poblacional GLBTI en la ciudad de Quito que es de 883 personas, el resultado de esta operación arroja 861 personas, convirtiéndose en la demanda potencial del proyecto.

3.1.9. Marketing Mix

El marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual individuos y grupos de personas adquieren lo que requieren y apetecen a través de la creación y el intercambio de productos o servicios de valor con otros grupos e individuos. (Kotler, 2002, p. 04)

En la hospitalidad el marketing es único ya que se ocupa del producto tangible, como la cama en un hotel o la comida en un restaurante, pero también tiene que ver con aspectos intangibles de la hospitalidad y la industria del turismo, trata también de la experiencia en un viaje o el estatus social que una comida brinda en un restaurante, es decir que el marketing en la hospitalidad es una situación muy crítica en el éxito de cualquier producto del turismo y la hospitalidad. (Tan, Ching- Yick Tse, & Ling Wong , 2009, p. 06)

Dentro del marketing de la hospitalidad, se encuentran herramientas indispensables para que una empresa pueda cumplir con sus objetivos corporativos. Conformado por ocho estrategias designadas las "8 Ps" del marketing mix en la industria del turismo:

I. Producto(Product)
II. Plaza (Place)
III. Promoción (Promotion)
IV. Precio (Price)
V. Personas (People)
VI. Presentación (Packaging)
VII. Programación (Programming)
VIII. Participación (Partnership)

3.1.9.1.Producto (Product)

Al momento de analizar las características de la competencia directa e indirecta, se determinan ciertos rasgos distintivos importantes para que el hotel enfocado al segmento GLBTI, obtenga acogida inmediata

3.1.9.1.1. Alojamiento

El hotel constará de 13 habitaciones comprendidas de la siguiente manera:

Tabla 11: Habitaciones del hotel

Descripción de la Habitación	Número de Habitación
Traveller Single Room (TSR)	25
Traveller Double Room (TDR)	35
Double Room (DR)	22 / 32
Double Room Charme (DRC)	21 / 23 / 31 / 33
Twin Room (TR)	24 / 34
Suite (S)	26 / 36
Apartment (A)	12

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Marzo 05 del 2015

Servicio en las Habitaciones

- Caja de seguridad
- Calentador y ventilador en cerámica (dos en uno)
- Discado directo internacional
- Internet ilimitado
- Mini Bar
- Televisores LED de 42" equipadas con servicio de televisión paga

3.1.9.1.2. Mini Bar

Dentro del Mini Bar se encontrarán los siguientes productos:

- Vino Tinto ½ Botella (375 ml)
- Vino Blanco ½ Botella (375 ml)
- Vino Espumoso ½ Botella (375 ml)
- Cerveza Club Verde (330 ml)
- Cerveza Pílsener (330 ml)
- Coca Cola (400 ml)
- Coca Cola Zero (400 ml)
- Fanta (400 ml)
- Sprite (400 ml)
- Agua con gas (500 ml)
- Agua sin gas (500 ml)
- Galletas integrales (250 gr)
- Galletas Oreo (29.4 gr)
- Snickers (49.9 gr)

3.1.9.1.3. Llamadas telefónicas

Desde el hotel se podrán realizar llamadas nacionales e internacionales, locales y a celulares.

3.1.9.1.4. Sala de Reuniones

La sala de reuniones estará abierta de 10:00 a 17:00 horas.

Con el uso de la sala de reuniones, se entregará un kit ejecutivo para cada persona el cual consiste en una carpeta, hojas, y un esfero, además de contar con:

- Internet
- Impresiones
- Copias

3.1.9.1.5. Gift Shop

Todos los productos presentes en la decoración del hotel, se encontrarán disponibles a la venta. Todos estos productos serán abastecidos por varias tiendas comerciales, las cuales con un previo convenio, podrán realizar la venta de sus productos en el hotel.

3.1.9.1.6. Marca

El nombre escogido para el hotel, parte de una investigación histórica y literaria sobre la mitología de la antigua Grecia.

Los Campos Elíseos, a menudo mencionados como las Llanuras Eliseanas, eran un lugar sagrado en el que las sombras de los hombres virtuosos y los guerreros heroicos llevaban una existencia próspera y feliz, en medio de paisajes verdes y floridos. Era la antítesis del Tártaro y a menudo se ha asociado con el cielo cristiano. (López, 2008, p. 159)

Con los antecedentes mencionados, el nombre de "*Elysian Fields Hotel"* transportará a los huéspedes a un lugar de descanso óptimo, además de conservar un remanente del esplendor que éstos campos provocaban en la Grecia legendaria.

3.1.9.1.7. Logo Símbolo

El logo símbolo se compone principalmente de:

- **Arco entrada Hacienda Circasiana:** da la bienvenida al sector centro norte del Distrito Metropolitano de Quito denominado La Mariscal, además en este arco

era considerado el punto de encuentro de la comunidad gay en la década de los setenta.

- **Colores GLBTI[8]:** simbolizan la diversidad en la comunidad gay, nació en los Estados Unidos, pero ahora es utilizada alrededor del mundo.
- **Logotipo:** "Elysian Fields Hotel", responde al descanso óptimo que los Campos Elíseos generaron en la época de la Grecia antigua, proyectando en la actualidad el lugar perfecto para el disfrute de los huéspedes.
- **Eslogan:** "Innovación en equilibrio", expresa la invención en el campo hotelero ecuatoriano de una manera ecuánime para con la sociedad y los huéspedes.

Ilustración 18: Logo Símbolo



ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Marzo 05 del 2015

3.1.9.2.Plaza (Place)

3.1.9.2.1. Canal Agencias de Viaje

Mediante el establecimiento de paquetes por parte de las agencias de viaje interesadas, se podrá realizar la comercialización de las habitaciones. Para lograr realizar ventas en este canal no se usará ninguna promoción, sin embargo se dará una tarifa preferencial a las mismas. El medio que se utilizará para la oferta del servicio será mediante visitas por parte del administrador el cual se dedicará a este segmento. El mismo entregará folletos que serán distribuidos como una carta de presentación de "*Elysian Fields Hotel"*.

[8] La bandera de arco iris fue popularizada como símbolo del orgullo gay por el artista nacido en San Francisco, Gilbert Baker, en 1978. (El Salvador Gay, 2013)

Por otra parte, Se realizará convenios con agencias de viajes GLBTI, interesadas y dispuestas a trabajar con la empresa.

Las condiciones de trabajo con las agencias de viaje se las determinará mediante una reunión de trabajo liderada por el gerente del hotel y con el personal designado por parte de las agencias de viaje. Se establecerán las tarifas para las mismas.

Los beneficios propuestos serán un descuento del 5% de las ventas que se logren generar por parte de las agencias de viajes. Por otra parte como una opción alternativa, se brindará la oportunidad de pautar publicidad en la página web del hotel, con las agencias de viaje interesadas.

Cabe señalar que mediante el proceso de investigación se pudo detectar una agencia de viaje enfocada al segmento LGBTI denominada "Ishpingo Tours", la cual se encuentra interesada en el proyecto.

3.1.9.2.2. Canal GDS (Global Distribution System)

La comisión que este tipo de centros de reserva cobra representa alrededor del 10%, por lo cual se presupuestará un 10% de la tarifa ofrecida a este canal. Para ocupar este GDS se deberá realizar la suscripción a los mismos.

Entre los principales se encuentran:

- TripAdvisor®: es el sitio web donde los viajeros pueden planear y reservar su viaje perfecto, proporciona consejos fiables de viajeros y una amplia variedad de opciones de viaje. (TripAdvisor, 2014)
- Expedia.com: es una de las agencias de viajes en línea más importantes del mundo, realiza la planificación de viajes de negocios o de placer. (Expedia, 2015)
- Booking.com: ofrece un sitio web informativo, fácil de usar y con los mejores precios garantizados, el objetivo es que todos los viajeros puedan elegir y reservar, de una manera sencilla (Booking, 2015)

3.1.9.2.3. Internet

Con el alto uso del internet en la actualidad, se creará una página web del hotel, en la cual se podrán realizar reservaciones directas, además de encontrar información general del establecimiento, fotografías, servicios ofertados, contactos, preguntas frecuentes, y tarifas de acuerdo a la temporada.

3.1.9.2.4. Fundaciones GLBTI

Mediante la intervención en fundaciones LGBTI alrededor del Ecuador, el hotel logrará publicitarse gratuitamente en los espacios dedicados para esta población (páginas web, prensa escrita, radio, boletines, etc.), acaparando así un gran porcentaje de potenciales clientes.

3.1.9.2.5. Promoción (Promotion)

Para la introducción de "*Elysian Fields Hotel"* en el mercado hotelero ecuatoriano se realizará una táctica de atracción. Dado que muchas personas desconocen el término LGBTI, se procederá a realizar publicidad en varios medios de comunicación masiva durante un periodo inicial de seis meses (Remitirse al Anexo 16: Presupuesto de publicidad).

3.1.9.2.6. Estrategias de Ventas

Como parte de las estrategias de ventas de "*Elysian Fields Hotel",* se incluirán:

- Gratuidades
- Publicidad en revistas especializadas en hospitalidad y turismo.
- Se destinará un 2% de las ventas para publicidad y promoción.
- Se efectuará canjes con entidades que brinden publicidad a cambio de noches de alojamiento para sus eventos.
- Publicidad de promociones de temporada en página web del Hotel y redes sociales como: Facebook, Twitter, Instagram, Google Plus.

Para visualizar el porcentaje de promociones, remitirse al Anexo 17: Porcentaje de promociones

3.1.9.3.Precio (Price)

Para fijar el precio de las distintas habitaciones, se procedió a determinar los costos fijos y los costos variables, adicionando el porcentaje de ganancia correspondiente al 350%.

3.1.9.3.1. Alojamiento

Con la finalidad de establecer estrategias en cuanto al precio, se han determinado tres tipos de tarifas (Remitirse a los Anexos 18, 19, 20, 21: Costo de renta de habitaciones: simple, doble, suite, apartamento).

Tarifa agencia de viajes: se realizará un descuento del 5% del valor de los costos de renta de habitaciones del hotel.

Tabla 12: Tarifas agencias de viaje

Tarifas para Agencias de Viaje					
Tipo de habitación	N° de habitación	Costo de Renta	Desct. 5%	Tarifa Agencia de Viajes	Total
Traveller Single Room (TSR)	**25**	$ 86,94	$ 4,35	$ 82,59	$ 82,59
Traveller Double Room (TDR)	**35**	$ 86,94	$ 4,35	$ 82,59	$ 82,59
Double Room (DR)	**22 / 32**	$ 140,94	$ 7,05	$ 133,89	$ 267,78
Double Room Charme (DRC)	**21 / 23 / 31 / 33**	$ 140,94	$ 7,05	$ 133,89	$ 535,56
Twin Room (TR)	**24 / 34**	$ 140,94	$ 7,05	$ 133,89	$ 267,78
Suite (S)	**26 / 36**	$ 195,48	$ 9,77	$ 185.71	$ 371,42
Apartment (A)	**12**	$ 251,01	$ 12,55	$ 238,46	$ 238,46
Total	13 Hbtnes.	**$1043,19**	**$ 52,17**	**$ 991,02**	$ **1846,18**
Tarifa Promedio: $ 1,846.18 / 13 habitaciones				$ 142,02	

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Marzo 10 del 2015

Tarifa Corporativa: se realizará un descuento del 3% del valor de los costos de renta de habitaciones del hotel.

Tabla 13: Tarifas corporativas

Tarifas Corporativa					
Tipo de habitación	N° de habitación	Costo de Renta	Desct. 3%	Tarifa Agencia de Viajes	Total
Traveller Single Room (TSR)	**25**	$ 86,94	$ 2.61	$ 84,33	$ 84,33
Traveller Double Room (TDR)	**35**	$ 86,94	$ 2.61	$ 84,33	$ 84,33
Double Room (DR)	**22 / 32**	$ 140,94	$ 4,23	$ 136,71	$ 273,42
Double Room Charme (DRC)	**21 / 23 / 31 / 33**	$ 140,94	$ 4,23	$ 136,71	$ 546,84
Twin Room (TR)	**24 / 34**	$ 140,94	$ 4,23	$ 136,71	$ 273,42
Suite (S)	**26 / 36**	$ 195,48	$ 5,86	$ 189,62	$ 379,24
Apartment (A)	**12**	$ 251,01	$ 7,53	$ 243,48	$ 243,48
Total	13 Hbtnes.	$1043,19	$31,30	$ 1011,89	$ 1885,06
Tarifa Promedio: 1,885,06 / 13 habitaciones				$ 145,00	

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Marzo 10 del 2015

Tarifa Rack (Internet): mantendrá los valores fijados en los costos de renta de las habitaciones del hotel.

Tabla 14: Tarifas rack o internet

Tarifas para Internet				
Tipo de habitación	N° de habitación	Costo de Renta	Tarifa Internet	Total
Traveller Single Room (TSR)	**25**	$ 86,94	$ 86,94	$ 86,94
Traveller Double Room (TDR)	**35**	$ 86,94	$ 86,94	$ 86,94
Double Room (DR)	**22 / 32**	$ 140,94	$ 140,94	$ 281.88
Double Room Charme (DRC)	**21 / 23 / 31 / 33**	$ 140,94	$ 140,94	$ 563,76
Twin Room (TR)	**24 / 34**	$ 140,94	$ 140,94	$ 281,88
Suite (S)	**26 / 36**	$ 195,48	$ 195,48	$ 390,96
Apartment (A)	**12**	$ 251,01	$ 251,01	$ 251,01
Total	13 Hbtnes.	$1043,19	$1043,19	$ 1943,37
Tarifa Promedio: 1943,37 / 13 habitaciones				$ 149,49

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Marzo 10 del 2015

3.1.9.3.2. Mini Bar

Para estimar el precio de venta al público de los productos del Mini Bar, se procedió a dividir el costo de cada ítem para el treinta por ciento (0,30). Valor que representa una utilidad tres veces mayor a al costo de cada producto.

Tabla 15: Costos y precios Mini Bar.

Mini Bar		
Descripción Productos	**Costo**	**Precio (Costo Unitario * 100/30)**
Vino Tinto ½ Botella (375 ml)	$ 5,00	$ 16,67
Vino Blanco ½ Botella (375 ml)	$ 5,00	$ 16,67
Vino Espumoso ½ Botella (375 ml)	$ 6.10	$ 20,33
Cerveza Club Verde (330 ml)	$ 0,95	$ 3,17
Cerveza Pílsener (330 ml)	$ 0,85	$ 2,83
Coca Cola (400 ml)	$ 0,65	$ 2,17
Coca Cola Zero (400 ml)	$ 0,70	$ 2,33
Fanta (400 ml)	$ 0,65	$ 2,17
Sprite (400 ml)	$ 0.65	$ 2,17
Agua con gas (500 ml)	$ 0.36	$ 1,20
Agua sin gas (500 ml)	$ 0,35	$ 1,17
Galletas integrales (250 gr)	$ 0. 40	$ 1,33
Galletas Oreo (29.4 gr)	$ 0,49	$ 1,63
Snickers (49.9 gr)	$ 0, 59	$ 1,97

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Marzo 15 del 2015

3.1.9.3.3. Llamadas Telefónicas

Los precios y costos de realizar una llamada telefónica serán los siguientes:

Tabla 16: Costos y tarifas de llamadas telefónicas.

Llamadas Telefónicas		
	Costo / min	Tarifa / min (Costo Unitario *45%)
Locales	$ 0,04	$ 0,06
Nacionales	$ 0,08	$ 0,12
Celulares	$ 0,10	$ 0.15
Internacionales	$ 0,52	$ 0.76

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Marzo 15 del 2015

3.1.9.3.4. Sala de Reuniones

El valor sobre el uso de la sala de reuniones será de treinta dólares americanos ($ 30,00) por cada hora de utilización de la misma.

Tabla 17: Costos y precios de productos adicionales sala de reuniones.

Sala de Reuniones		
Descripción	Costo	Precio
Internet	-	-
Impresiones	$ 0,10	$ 0,30
Copias	$ 0,05	$ 0,20
Uso de la sala de Reuniones 8 - 10 PAX	$ 30,00	$ 30,00

3.1.9.3.5. Gift Shop

Debido a que las empresas participantes interesadas en participar del Gift Shop brindarán a "*Elysian Fields Hotel"* productos decorativos, no se recaudará comisión alguna. De esta manera se logrará reducir costos en cuanto a decoración para el hotel.

3.1.9.4.Personas (People)

La industria de la hospitalidad es un negocio básicamente de personas, en el cual se brinda un servicio de alta calidad donde los clientes obtienen: buenas experiencias y expectativas cumplidas, todo esto con la finalidad de que logren recomendar el lugar o incluso retornen al establecimiento en cuestión. (Tan, Ching- Yick Tse, & Ling Wong, 2009, p. 65)

Para lograr este objetivo, los colaboradores internos deberán asistir constantemente a capacitaciones gratuitas brindadas por Quito Turismo. La Empresa Pública Metropolitana Quito Turismo (EMPQT), impulsa procesos de asistencia técnica, capacitación, formación de auditores internos e implementación de buenas prácticas de turismo sostenible en los establecimientos participantes, su objetivo principal es reconocer y diferenciar los esfuerzos de los empresarios turísticos con la entrega del reconocimiento de calidad del Distintivo Q; capacitación y certificación de Competencias Laborables claves como hospitalidad, seguridad alimentaria, administradores, meseros, cocineros, camareros de restaurantes, cafeterías y hoteles. Así mejorar la calidad de servicios y productos comerciales de las empresas, para fomentar el crecimiento de la demanda turística. (Quito Turismo, 2014)

3.1.9.5.Presentación / Envase (Packaging)

Para la industria de servicios como hostelería y el turismo, donde se ofrece productos que son en gran parte intangibles, el envase también es visto como presentación general. Necesitamos artículos tangibles para dar a los consumidores una idea de la calidad del servicio intangible que ofrecemos, en otras palabras, tangibilizar lo intangible, por así decirlo. (Tan, Ching- Yick Tse, & Ling Wong, 2009, p. 66)

El hotel contará con servicios de recreación, alojamiento y alimentación enfocados a clientes GLBTI, con la finalidad de generar comodidad, relajación y confort en un ambiente propicio, con un servicio personalizado y personal capacitado.

- La decoración del hotel se lo realizará tomando en cuenta las necesidades y deseos del Huésped GLBTI. Basándose principalmente en el diseño contemporáneo, que es una iniciativa muy en boga para el decorado de hoteles, realizando un contraste entre tonos brillantes y audaces que acrecientan un toque de modernidad a las propiedades más antiguas. Las líneas rectas y el espacio innovador para almacenaje (bajo la cama o en armarios abiertos) brindan gran funcionalidad a una recámara más pequeña, por otro lado, la lencería de cama y toallas de color blanco profesan un fresco contraste con otros colores en la habitación. Los accesorios de cromo o de acero inoxidable añaden una caricia de modernidad. (E How en Español, s.f.)

Además "*Elysian Fields Hotel"* contará con áreas de: lectura a su vez utilizada como sala de reuniones, desayunador, bar, terraza para huéspedes fumadores. Todas las áreas estarán enmarcadas en los lineamientos de decoración anteriores.

"*Elysian Fields Hotel"* adoptará la modalidad de amenidades eco concept, utilizando envases sofisticados y vanguardistas, lo que permitirá que éstas se conviertan en una firma asociada a un producto de alta calidad. Estos productos presentan beneficios cosméticos y aromáticos que se han desarrollado pensando en brindar una experiencia única al usuario. (Amenigraf, 2015, p. 05)

Ilustración 19: amenidades shampoo (Frasco Floresta 50 ml.) y jabón (Floresta 30 gr.) biodegradables.



ELABORADO POR: AMENIGRAF, amenities y dotación hotelera
FUENTE: AMENIGRAF, amenities y dotación hotelera
FECHA: Marzo 28 del 2015

Ilustración 20: amenidades shower cap, shaving kit, dental kit con estuches biodegradables y reciclados



ELABORADO POR: AMENIGRAF, amenities y dotación hotelera
FUENTE: AMENIGRAF, amenities y dotación hotelera
FECHA: Marzo 28 del 2015

3.1.9.6.Programación (Programming)

La programación en marketing mix aborda el desarrollo de actividades sobre funciones especiales, eventos o programas que estimulan el gasto de los clientes y brindan un valor extra a un paquete u otro servicio de hospitalidad como un incentivo hacia los mismos. (Tan, Ching- Yick Tse, & Ling Wong, 2009, p. 67)

Por esta razón, "*Elysian Fields Hotel"* incluirá una programación especial denominada: "Liberty Nights", la cual consistirá en una presentación teatral y musical los días viernes y sábados en la noche de la mano de Daniel Moreno, conocido dramaturgo GLBTI de la capital.

Ilustración 21: Daniel Moreno representando a Sarahí Bassó
Drag Queen en la obra titulada: "Día de cada día…"



FUENTE: Daniel Moreno Facebook Fan Page
FECHA: Marzo 28 del 2015

El objetivo primordial de esta programación es proporcionar una experiencia agradable, para que los huéspedes decidan hospedarse por más tiempo o incluso volver por una segunda ocasión. Además de impulsar las ventas en el área del bar y la cafetería del hotel.

3.1.9.7.Participación (Partnership)

La Participación es un conjunto de esfuerzos de marketing entre dos o más empresas hoteleras para mejorar las ventas de sus productos, esto es importante en la industria de los servicios debido a la naturaleza intangible de la mayoría de sus negocios, la asociación con otros productos tangibles o con empresas con probada reputación de buena calidad, se reduciría la incertidumbre percibida por los clientes y ellos estarán más dispuestos a probar la oferta del establecimiento en cuestión. (Tan, Ching- Yick Tse, & Ling Wong, 2009, p. 68)

Razón por la cual "*Elysian Fields Hotel"*, buscará una integración con hoteles boutique a lo largo del Ecuador, para publicitar internamente a los establecimientos interesados en formar alianzas estratégicas. Esta alianza brindará una tarifa preferencial a aquellos huéspedes que decidan escoger uno de los hoteles en el programa con el objetivo de alentar la lealtad para con los establecimientos implicados.

4. CAPITULO IV

4.1.ESTUDIO TÉCNICO

4.1.1. Localización del Proyecto

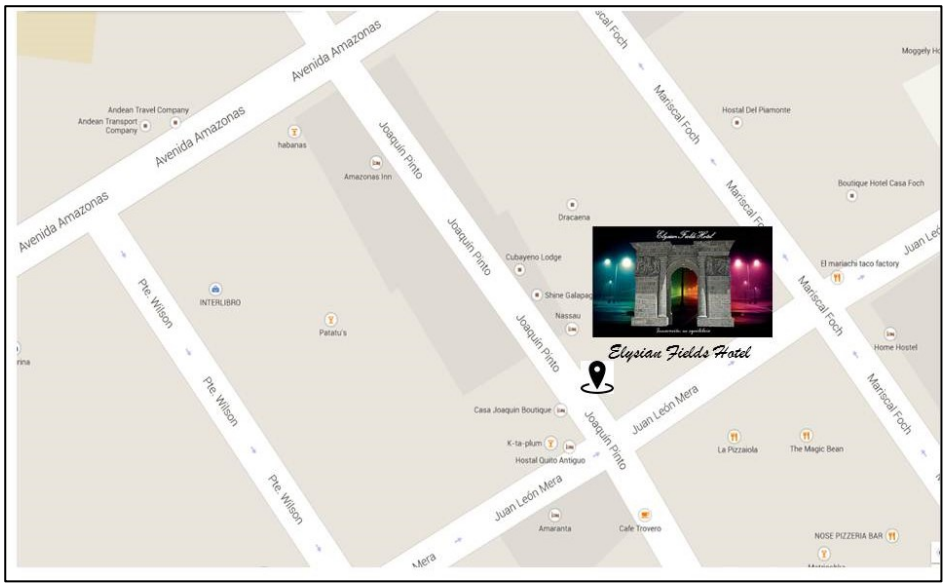
4.1.1.1.Macro Localización

El proyecto se llevará a cabo en la Provincia de Pichincha, en el Distrito Metropolitano de Quito, específicamente en la parroquia Mariscal Sucre, correspondiente a la Administración Norte "Eugenio Espejo".

4.1.1.2.Micro Localización

"Elysian Fields Hotel" se establecerá en las calles Joaquín Pinto E4-385 y Juan León Mera, debido al alto potencial turístico que representa la zona.

Ilustración 22: Mapa Geo- referencial.



ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Google Maps
FECHA: Marzo 10 del 2015

4.1.2. Servicios a prestarse

Se propone ofrecer un servicio de alojamiento personalizado, orientado a la satisfacción del cliente, que ofrezca al turista tanto nacional como internacional las condiciones necesarias para hacer agradable su estadía.

Dirigido especialmente al segmento GLBTI, *"Elysian Fields Hotel"* será un espacio libre y tolerante, donde la diversidad y el respeto sean valorados. Cualquier persona sin prejuicio de su tendencia sexual será bien recibida, apreciada y respetada.

A continuación se detallan todos los servicios con los que contará el establecimiento.

- Hospedaje en confortables habitaciones, suites y un apartamento;
- Bar
- Cafetería
- Gift Shop
- Sala de Lectura
- Sala de Reuniones
- Servicio de transfer para huéspedes
- Terraza para huéspedes fumadores.
- Facilidades para parking service.

4.1.3. Servicio de Alojamiento

El hotel constará de trece (13) habitaciones entre las cuales habrá dos (2) suites y un (1) apartamento. A continuación se detalla el número de habitaciones y su tipología.

Tabla 18: Cantidad, tipo y capacidad de habitaciones.

Número de Habitaciones	Tipo de Habitación	Capacidad por habitación (Pax)
12	Apartment (A)	4 personas
21	Double Room Charme (DRC)	2 personas
22	Double Room (DR)	2 personas
23	Double Room Charme (DRC)	2 personas
24	Twin Room (TR)	2 personas
25	Traveller Single Room (TSR)	1 persona
26	Suite (S)	3 personas
31	Double Room Charme (DRC)	2 personas
32	Double Room (DR)	2 personas
33	Double Room Charme (DRC)	2 personas
34	Twin Room (TR)	2 personas
35	Traveller Double Room (TDR)	1 persona
36	Suite (S)	3 personas
Aforo		28 personas en habitaciones

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Marzo 10 del 2015

Todas las habitaciones contarán con: amenidades eco-concept, caja de seguridad, calentador y ventilador en cerámica (dos en uno), discado directo internacional, internet banda ancha ilimitado, mini bar, televisor LED de 42" equipado con servicio de televisión paga, botellas de agua mineral y ducha con agua caliente las 24 horas del día.

En las suites se hallará un sofá con capacidad para tres personas, el cual tiene la versatilidad de transformase en un sofá cama de plaza y media, además se encontrará también una mesa de centro, dos veladores, un escritorio con su respectiva silla, una cama King size[9], un clóset, portamaletas y un espejo de pie. El baño contará con una cabina de cristal, una ducha de agua caliente, espejo, secadora de cabello, sanitario y lavabo de porcelana, además de un sistema de extracción de olores.

Por otro lado en las habitaciones dobles (Double Room /Double Room Charme) se podrá encontrar una cama Queen size[10]. En las habitaciones twin y en las simples se hallarán camas individuales[11]. Tanto las habitaciones Dobles, simples y twin, dispondrán de: dos veladores, un sillón, un escritorio con su respectiva silla y un espejo de pared. El área de baño para estas habitaciones contará con las características antes mencionadas para las suites.

El apartamento contará con un baño completo (características antes mencionadas), en el área de habitaciones se encontrará una cama King size en el dormitorio principal, en el dormitorio contiguo se encontrará una cama individual y un sofá cama con las características antes mencionadas. Además se podrá hallar un comedor para cuatro personas, una cocina totalmente equipada con: refrigerador, microondas, cocina inductiva y extractor de olores. Junto a la cocina los huéspedes podrán disfrutar de un pequeño patio privado.

4.1.3.1.Lencería de Habitaciones

En las habitaciones los huéspedes dispondrán de sábanas de seda de 1500 hilos, además de 6 almohadas de pluma de ganso en camas King y 4 almohadas en camas Queen. Además todas poseerán cobijas a razón de una por cama y una cobija extra que se localizará en el armario. Sobre la lencería del baño se ubicará dos batas de baño, dos toallas de mano, dos toallas faciales, dos toallas de cuerpo y dos toallas de pie.

[9] Cama King size: 2 metros de ancho por 2 metros de largo.
[10] Cama Queen size: 1.80 cm de ancho por un largo de 1.90 cm.
[11] Camas individuales: 90 cm de ancho por 1.90 cm de largo.

4.1.4. Servicio de alimentación

"Elysian Fields Hotel" brindará a los huéspedes en la planta baja del establecimiento, un desayuno de la casa, el cual comprenderá de: café americano, jugo natural de temporada, humita, huevos en distintas presentaciones (fritos, revueltos, tibios, duros, omelette), mermelada, mantequilla, pan y queso. El horario del servicio de desayunos será desde las 07H00 am hasta las 09H00 am.

4.1.5. Room Service

En cada habitación los huéspedes contarán con el menú del bar y la cafetería del hotel, con la finalidad de que los mismos realicen sus pedidos por medio de recepción, la cual subirá la orden luego de tomada (Remitirse al Anexo 22: Carta de vinos y licores).

Los días viernes y sábados por la noche, se ofrecerán picaditas durante la programación de "Liberty Nights" (Remitirse al Anexo 23: Picaditas).

Para la fijación de precios de bebidas calientes, se procedió a analizar la competencia (Hotel Casa Joaquín, Casa Foch Boutique, Hotel Reina Isabel), para establecer el precio más acorde al sector (Remitirse al Anexo 24: Bebidas suaves / calientes)

4.1.6. Servicio de Transfers

Todos los huéspedes tendrán la opción de contratar el servicio de transfer desde el aeropuerto hacia el hotel y viceversa. *"Elysian Fields Hotel"* trabajará conjuntamente con taxis privados a base de comisiones con las siguientes tarifas (Remitirse al Anexo 25: Servicio de transfers).

4.1.7. Sala de Reuniones

La sala de reuniones contará con 3 computadores portátiles y una impresora multifunción con conexión Wi-fi, proyector multimedia y un kit ejecutivo. Con capacidad para 12 personas, estará abierta de 10:00 a 17:00 horas.

4.1.8. Gift Shop

"Elysian Fields Hotel" al ser un hotel boutique contará con productos para la comercialización de diversas tiendas de artesanías, cuadros, menaje, libros y decoración en general, con los cuales se realizará un acuerdo para la venta de sus productos a modo de canje por la decoración del lugar, sin recibir comisión alguna por esto. Sin embargo, las empresas interesadas deberán proveer al hotel con todos los productos necesarios para mostrar y exponer en las instalaciones.

4.1.9. Ventajas Competitivas

La principal ventaja competitiva de *"Elysian Fields Hotel"* será el enfocarse especialmente al segmento GLBTI, brindando todo lo que ésta población llegara a necesitar en su estadía, sin dejar de lado a los huéspedes heterosexuales que puedan llegar.

La atención personalizada se desarrollará mediante la creación de una base de datos con los gustos y preferencias de los pasajeros.

Los espectáculos teatrales y musicales de *"Elysian Fields Hotel"* (Liberty Nights) brindarán a los huéspedes un momento lleno de experiencias inolvidables en las noches de cada viernes y sábados junto a Daniel Moreno, conocido dramaturgo GLBTI de la capital.

Las amenidades amigables con el medio ambiente brindarán al huésped beneficios cosméticos y aromáticos desarrollando experiencias únicas al momento de su utilización.

4.1.10. Análisis FODA

4.1.10.1. Fortalezas

I. Bajo monto de inversión en decoración y adecuación del establecimiento.

II. Especialización en el segmento GLBTI.

III. Espectáculos musicales y teatrales semanales.

IV. Ser innovadores.

V. Servicio personalizado por parte de todos los colaboradores.

VI. Talento humano calificado y comprometido con el hotel.

4.1.10.2. Oportunidades

I. Afluencia de profesionales calificados para el sector.

II. Alto crecimiento de ingreso de turistas al Distrito Metropolitano de Quito.

III. Contigüidad a la zona comercial de Quito

IV. Estimulación de la inversión productiva responsable y rentable en el sector Turismo por parte de entidades financieras estatales y privadas.

V. Gran atractivo turístico del Centro Histórico de Quito.

4.1.10.3. Debilidades

I. Bajos recursos económicos.

II. Poca tolerancia en el personal frente al segmento GLBTI.

III. Ser una marca nueva y no reconocida en el mercado hotelero ecuatoriano.

IV. Tener poca capacidad instalada en cuanto a habitaciones.

4.1.10.4. Amenazas

I. Aspectos políticos - económicos.

II. Aspectos sociales y religiosos.

III. Competencia.

IV. Precios competitivos.

4.1.11.Matriz FODA cruzada

Tabla 19: Matriz FODA cruzada

<table>
<tr><td rowspan="7">Elysian Fields Hotel</td><td>Fortalezas</td><td>Debilidades</td></tr>
<tr><td>Bajo monto de inversión en decoración y adecuación del establecimiento.</td><td>Bajos recursos económicos.</td></tr>
<tr><td>Especialización en el segmento GLBTI.</td><td>Poca tolerancia en el personal frente al segmento GLBTI.</td></tr>
<tr><td>Espectáculos musicales y teatrales semanales.</td><td rowspan="2">Ser una marca nueva y no reconocida en el mercado hotelero ecuatoriano.</td></tr>
<tr><td>Ser innovadores.</td></tr>
<tr><td>Servicio personalizado por parte de todos los colaboradores.</td><td rowspan="2">Tener poca capacidad instalada en cuanto a habitaciones.</td></tr>
<tr><td>Talento humano calificado y comprometido con el hotel.</td></tr>
<tr><td>Oportunidades</td><td>Estrategias Fortalezas / Oportunidades (FO) maxi-maxi:</td><td>Estrategias Debilidades / Oportunidades (DO) mini-maxi:</td></tr>
<tr><td>Afluencia de profesionales calificados para el sector.</td><td rowspan="5">Tomar ventaja de las políticas gubernamentales, para poder realizar alianzas con entidades especilizadas en capacitaciòn turìstica, para que el personal este constamente capacitado y se cumplan con las competencias laborales.
De la misma manera se debe tomar como una ventaja el crecimiento anual de los turistas en el Distrito Metropolitano de Quito, para poder realizar convenios con aerolineas y agencias de viaje, así los turistas puedan llegar a conocer nuestro producto innovador.</td><td rowspan="5">Tomar ventaja de la localización estratégica del hotel, de su decoración y segmentación para darse a conocer en el mercado hotelero ecuatoriano.
Otra estrategia es aprovechar los incentivos del gobierno a través de tasas de interes baja para la creación de empresas con carácter turístico</td></tr>
<tr><td>Alto crecimiento de ingreso de turistas al Distrito Metropolitano de Quito.</td></tr>
<tr><td>Contigüidad a la zona comercial de Quito.</td></tr>
<tr><td>Estimulación de la inversión productiva responsable y rentable en el sector Turismo por parte de entidades financieras estatales y privadas.</td></tr>
<tr><td>Gran atractivo turístico del Centro Histórico de Quito.</td></tr>
<tr><td>Amenazas</td><td>Fortalezas / Amenazas (FA) maxi-mini:</td><td>Debilidades / Amenazas (DA) mini-mini:</td></tr>
<tr><td>Aspectos políticos - económicos.</td><td rowspan="4">El nuevo proyecto se enfocara en una estrategia de diferenciación a través de actividades culturales donde no solo se enfoque en el segmento GLBTI, sino también en el segmento heterosexual.</td><td rowspan="4">Atracción de clientes mediante redes sociales, GDS, y demás recursos publicitarios, para de esta manera lograr rentabilidad.</td></tr>
<tr><td>Aspectos sociales y religiosos.</td></tr>
<tr><td>Competencia.</td></tr>
<tr><td>Precios competitivos.</td></tr>
</table>

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Abril 10 del 2015

4.1.12. Análisis Legal

4.1.12.1. Tipo de Empresa

"Elysian Fields Hotel" se constituirá como una Compañía de Responsabilidad Limitada, la cual está sujeta a la vigilancia y fiscalización de la Superintendencia de Compañías. Esta se contrae entre dos o más personas y solamente responde por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente (Superintendencia de Compañías, 2014). Por esta razón la empresa se denominará *"Elysian Fields Hotel"* Cia. Ltda.

4.1.13. Trámites de Constitución de la Empresa

4.1.13.1. Superintendencia de Compañías

La constitución de una Compañía de Responsabilidad Limitada, precede por el apartamiento del nombre ante la Superintendencia de Compañías, esto se lo ejecuta a través de una solicitud simple, la cual debe llevar la firma de un Abogado, luego se deriva el contrato de sociedad ante una notaría, para el efecto el abogado correspondiente deberá elaborar la minuta correspondiente, los accionistas de la compañía en constitución deben reconocer el contrato social en la notaría, ésta emite una orden para que se realice el depósito en una entidad bancaria, del capital social pagado de la compañía en formación, este documento de depósito es habilitante para la validez de la escritura pública. (Pasquel, 2013, p. 113)

La Superintendencia de Compañías tiene un plazo de veinte días para aprobar el estatuto o realizar las correspondientes observaciones o modificaciones al estatuto social; Si hay observaciones o modificaciones éstas deben ser realizadas en la propia notaría, y volver a trámite en la Superintendencia de Compañías. Una vez aprobado el Estatuto social, se registra en la Superintendencia de Compañías, y queda perfeccionada la constitución de la sociedad mercantil. Junto con la aprobación del Estatuto social, la Superintendencia de Compañías emite un extracto de la constitución de la compañía, el mismo que debe ser publicado en la prensa. (Pasquel, 2013, p. 114)

4.1.13.2. Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Como primer paso, para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria, el RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos. (Servicio de Rentas Internas, s.f.)

4.1.13.3. Registro Mercantil Quito

Para la constitución de Compañías Anónimas, Limitadas, en Comandita por Acciones y de Economía Mixta se necesitan los siguientes requisitos:

Tabla 20: Requisitos Registro Mercantil Quito

Requisitos: Compañías Anónimas, Limitadas, en Comandita por Acciones y de Economía Mixta
1.- Presentar al menos 3 testimonios originales de la escritura pública de constitución.
2.- Los testimonios deben estar rubricados por el notario
3.- Cada testimonio deberá tener el original de su Resolución aprobatoria emitida.
4.- Cada testimonio deberá contar con la razón de marginación de la Resolución aprobatoria.
5.- Tratándose de compañías de responsabilidad limitada, se deberá presentar el certificado de publicación por la prensa.
6.- Si los socios o accionistas son extranjeros, en la escritura deberá indicarse si son o no residentes en el Ecuador.
7.- Si la compañía se constituyere con la aportación de algún inmueble, la escritura deberá inscribirse en el Registro de la Propiedad.

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Registro Mercantil Quito
FECHA: Abril 12 del 2015

4.1.14. Tramites de Operación de la Empresa

4.1.14.1. Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual

Para el registro de una marca en el IEPI, primero se debe realizar la búsqueda fonética, luego se debe realizar el trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marcas, la protección de la marca tiene una duración de 10 años, y siendo renovables indefinidamente. (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, 2014)

4.1.14.2. Ministerio de Turismo

4.1.14.2.1. Registro de Alojamiento, Alimentos y Bebidas

Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: Alojamiento; Servicio de alimentos y bebidas; Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo. (Ministerio de Turismo, 2015)

Para visualizar los requisitos Registro de Alojamiento, Alimentos y Bebidas, remitirse al Anexo 26.

4.1.14.2.2. Licencia Única Anual de Funcionamiento

Todos los establecimientos que se encuentran registrados en el Ministerio de Turismo tienen la obligación de renovar la Licencia Anual de Funcionamiento hasta los sesenta primeros días del año de acuerdo al Art. 55 del Reglamento General a la Ley de Turismo. (Ministerio de Turismo, 2015)

Para visualizar los requisitos Licencia Única Anual de Funcionamiento, remitirse al Anexo 27.

4.1.14.3. Quito Turismo

4.1.14.3.1. Registro Turístico

El Registro Turístico es la inscripción del prestador de servicios turísticos previo a la obtención de la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE) al inicio de sus actividades, y que debe hacerlo por una sola en las oficinas de Quito Turismo. En este registro se establece la clasificación y categoría del establecimiento. (Quito Turismo, 2014)

Para visualizar los requisitos del Registro Turístico, remitirse al Anexo 28.

4.1.14.4. Cámara Provincial de Turismo de Pichincha

Para la afiliación a la Cámara Provincial de Turismo de la Provincia de Pichincha se necesita lo siguiente:

Tabla 21: Requisitos Cámara Provincial de Turismo de Pichincha.

Requisitos Cámara Provincial de Turismo de Pichincha.
PERSONAS NATURALES
1. Copia de la cédula de Ciudadanía del Representante Legal
2. Copia del Certificado de Registro del Min. De Turismo.
3. Copia del Registro Único de Contribuyentes (R. U. C.).
4. Cancelar la cuota de afiliación.
PERSONAS JURÍDICAS
1. Copia de la Escritura de Constitución de la Compañía o minuta.
2. Copia del último aumento de Capital (sí hubiese).
3. Copia del nombramiento de Gerente y de Presidente.
4. Copia del Certificado de Registro del Min. De Turismo.
5. Copia del Registro Único de Contribuyentes (R. U. C.).
6. Cancelar la cuota de afiliación.

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Cámara Provincial de Turismo de Pichincha
FECHA: Abril 12 del 2015

4.1.14.5. Municipio de Quito

4.1.14.5.1. LUAE

La LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas) es el documento habilitante y de acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de las actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito. (Municipio de Quito, 2015)

Para visualizar los requisitos LUAE, remitirse al Anexo 29.

4.1.14.5.2. Patente Municipal

Para la obtención de la Patente Municipal se deberá presentar los siguientes requisitos:

Tabla 22: Requisitos Patente Municipal

Requisitos generales: Patente Municipal
1.- Formulario de inscripción de patente
2.- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
3.- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación
4.- Copia del RUC en el caso que lo posea.
5.- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente.
6.- Copia de Escritura de Constitución en caso de Personas jurídicas
7.- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la persona que retira la clave.
8.- En caso de Persona Jurídica, copia del nombramiento vigente del representante legal.

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Servicios Ciudadanos Quito Distrito Metropolitano
FECHA: Abril 12 del 2015

4.1.14.6. Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito

4.1.14.6.1. Permiso Ocasional de Funcionamiento

De acuerdo al marco legal vigente en el Reglamento de Prevención, Mitigación y Protección Contra Incendios del Registro Oficial Edición Especial Nº 114 del jueves 2 de abril de 2009, para la obtención del Permiso Ocasional de Funcionamiento se deberá cumplir con los artículos:

Tabla 23: Permiso Ocasional de Funcionamiento

Permiso Ocasional de Funcionamiento (Bomberos)
Art. 350.- El propietario del local o la persona interesada para obtener el permiso de funcionamiento debe presentar al Cuerpo de Bomberos la siguiente documentación:
a) Solicitud de inspección del local;
b) Informe favorable de la inspección;
c) Copia del RUC

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Cuerpo de Bomberos Distrito Metropolitano de Quito
FECHA: Abril 12 del 2015

4.1.15. Leyes Tributarias

4.1.15.1. Impuesto a la Renta

El Impuesto a la Renta se aplica sobre aquellas rentas que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades sean nacionales o extranjeras, el ejercicio impositivo comprende del 1o. de enero al 31 de diciembre, además para calcular el impuesto que debe pagar un contribuyente, sobre la totalidad de los ingresos gravados se restará las devoluciones, descuentos, costos, gastos y deducciones, imputables a tales ingresos. (Servicio de Rentas Internas, s.f.)

4.1.15.2. Impuesto al Valor Agregado

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados. Existen básicamente dos tarifas para este impuesto que son 12% y tarifa 0%. (Servicio de Rentas Internas, s.f.)

4.1.15.3. Impuesto uno por mil

El Ministerio de Turismo de Ecuador pone en su conocimiento que el 22 de enero de 2015, el Mintur, como Administración Tributaria de Excepción, subscribió el Convenio de Cooperación Interinstitucional e Intercambio de Información con el Servicio de Rentas Internas para que dicha institución realice la recaudación de la contribución del uno por mil de activos fijos, en los plazos y forma determinados en el Reglamento General a la Ley de Turismo. (Ministerio de Turismo, 2015)

4.1.16. Seguridad Social

"*Elysian Fields Hotel*" Cia. Ltda. Requiere realizar el siguiente trámite ante el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, IESS:

Solicitar su Cédula de Inscripción Patronal, notificar al IESS las modificaciones de sueldos y salarios, de los accidentes de trabajo, de las enfermedades profesionales y demás condiciones de trabajo de los asegurados (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, s.f.).

Para visualizar los requisitos sobre las prestaciones y beneficios IESS, remitirse al Anexo 30.

4.1.17. Capacidad Instalada del Proyecto

El inmueble que se arrendará para el funcionamiento de "*Elysian Fields Hotel*" Cia. Ltda. Tiene una superficie total de 656 m2, cuenta con 13 habitaciones distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 24: Superficie del Hotel

Superficie Total Hotel: 656 m2		
Superficie Útil Hotel: 656 m2		
Descripción	**Superficie Total**	**Superficie Útil**
Planta Baja	190 m2	190 m2
Primer Piso	163 m2	163 m2
Segundo Piso	163 m2	163 m2
Terraza	140 m2	140 m2

PROYECTO: Elysian Fields Hotel Cia. Ltda.
OFERENTE: Arq. Karen Rodríguez
FECHA: Marzo 24 del 2015

Tabla 25: Capacidad Instalada del Proyecto

Superficie de Habitaciones		
Número de Habitaciones	**Tipo de Habitación**	**Superficie Total**
12	Apartment (A)	41.43m2
21	Double Room Charme (DRC)	16.48m2
22	Double Room (DR)	17.15m2
23	Double Room Charme (DRC)	14.85m2
24	Twin Room (TR)	20.50m2
25	Traveller Single Room (TSR)	11.90m2
26	Suite (S)	26.41m2
31	Double Room Charme (DRC)	16.48m2
32	Double Room (DR)	17.28m2
33	Double Room Charme (DRC)	16.13m2
34	Twin Room (TR)	19.31m2
35	Traveller Double Room (TDR)	11.75m2
36	Suite (S)	26.14m2
Aforo		28 personas Hab.

PROYECTO: Elysian Fields Hotel Cia. Ltda.
OFERENTE: Arq. Karen Rodríguez
FECHA: Marzo 24 del 2015

4.1.18. Planos Arquitectónicos

Los planos arquitectónicos de "*Elysian Fields Hotel"* se encontrarán en los anexos del proyecto (Remitirse al Anexo 31).

5. CAPITULO V

5.1.DESCRIPCIÓN ADMINISTRATIVA

5.1.1. Filosofía Corporativa

5.1.1.1.Misión

"Elysian Fields Hotel" busca brindar bienestar, comodidad y confort a sus huéspedes sin importar su orientación sexual en el área de alojamiento.

5.1.1.2.Visión

"Elysian Fields Hotel" busca ser líder del mercado de alojamiento turístico en la categoría de hoteles boutique ecuatorianos, sobresaliendo en el respeto para con nuestros huéspedes y consolidándose en un periodo menor a cinco años, como una empresa: social, económica y ambientalmente responsable.

5.1.1.3.Valores Corporativos

5.1.1.3.1. Respeto

Brindar eternamente un trato cordial y amable a los huéspedes, logrando ofrecer nuestros servicios oportunos y a un precio razonable, cumpliendo siempre con las expectativas requeridas.

5.1.1.3.2. Responsabilidad

Tener en cuenta la aplicación de los procesos en las diferentes áreas del hotel para satisfacer las necesidades del cliente de con un servicio de excelencia y productos de calidad.

5.1.1.3.3. Compromiso

Ser un equipo de trabajo hermanado, con alto sentido de pertenencia, comprometido con la misión y visión para de esta manera cumplir el bienestar total de los huéspedes.

5.1.1.3.4. Calidez

Coexistir en un ambiente armonioso, limpio y ordenado; de respeto y confianza, para que nuestros clientes externos e internos se sientan como en casa.

5.1.1.3.5. Organización

Promover la eficiencia y eficacia en el desempeño de *"Elysian Fields Hotel"*. Manejando de forma ordenada los recursos del establecimiento, para lograr nuestros objetivos programados, perfeccionando el uso de los recursos y el tiempo disponible.

5.1.1.3.6. Innovación

Siempre estar a la vanguardia de las nuevas tendencias hoteleras y tecnológicas en beneficio de la empresa.

5.1.1.3.7. Servicio

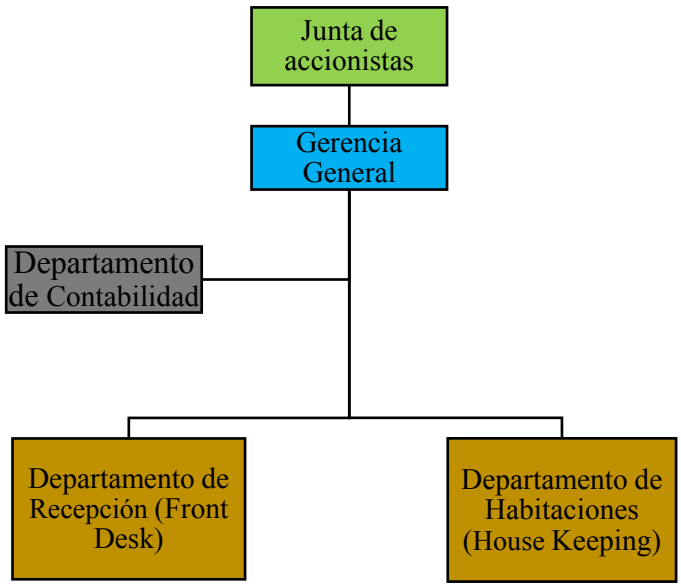
Solucionar las necesidades de los huéspedes, de forma rápida y oportuna sin quebrantar las reglamentas, ni trasgredir los intereses del hotel.

5.1.2. Estructura Organizacional

5.1.2.1.Organigrama Estructural

El siguiente organigrama estructural representa el esquema básico de *"Elysian Fields Hotel"*, sus unidades administrativas y la dependencia entre ellas.

Ilustración 23: Organigrama Estructural "Elysian Fields Hotel"



ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Abril 19 del 2015

5.1.3. Cálculo de Personal

Para calcular el número de camareras se ha tomado un estándar, basado en que las colaboradoras pueden limpiar 13 habitaciones por turno, además se necesitará de otra colaboradora para el lavado y planchado de lencería. Por consiguiente para cubrir sus días libres obligatorios a la semana, se demandaría una camarera extra, sumando un total de tres colaboradoras en el área de camarería.

Para calcular los recepcionistas poli funcionales, se tomó en cuenta los turnos existentes en un día, dividiéndolo así en tres turnos diarios a saber:

a) Primer turno (mañana): de 07H00 a 15H00
b) Segundo turno (tarde): de 15H00 a 22H00
c) Tercer Turno (noche y madrugada): de 22H00 a 07H00.

Además para cubrir los días libres de los colaboradores, se necesitaría de un recepcionista extra, sumando así un total de cuatro recepcionistas en el área de recepción.

Para el control de la empresa en todos sus ámbitos, se necesitará de un administrador hotelero y un contador a tiempo completo.

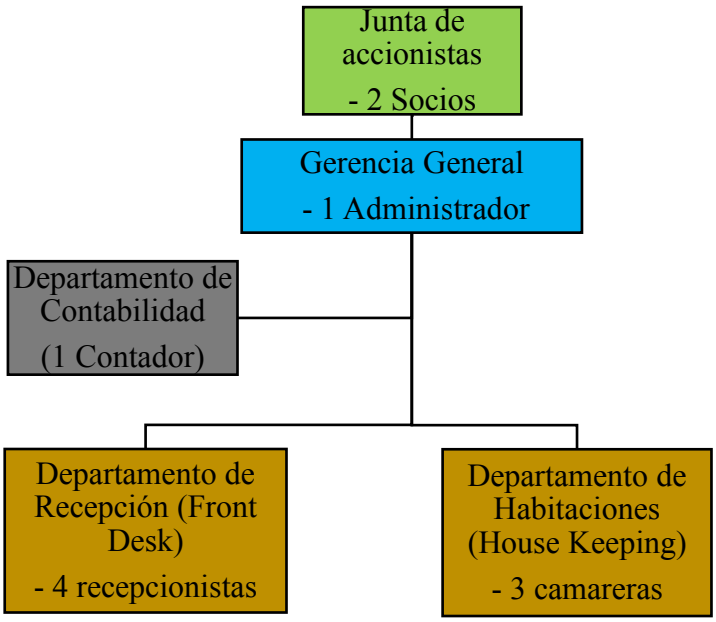
Tabla 26: Personal "Elysian Fields Hotel"

Cargo	N° de personas
Gerente	1
Contador	1
Recepcionista	4
Camareras	3
Total	9

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Abril 19 del 2015

5.1.4. Organigrama Posicional

Ilustración 24: Organigrama Posicional "Elysian Fields Hotel



ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Abril 19 del 2015

5.1.5. Descripción de puestos y funciones

5.1.5.1.Gerencia General

5.1.5.1.1. Gerente General

Grado académico: ingeniero en administración de empresas hoteleras.

Idiomas: inglés 100% y otro idioma.

Experiencia: mínimo cinco años de experiencia en cargos similares.

Sexo: indistinto

Características: Proactividad, dinamismo, disponibilidad de horarios, excelente dominio verbal.

Descripción del puesto: La Gerencia General, es la máxima instancia ejecutora dela empresa hotelera. Su objetivo fundamental es asegurar la administración, el crecimiento y la consolidación del hotel en la zona.

Funciones:

- Ostentar la máxima representación de la empresa frente a organismos exteriores.
- Ser el responsable de la calidad de la empresa.
- Fijar las políticas y estrategias de la empresa.
- Seguimiento técnico, económico y comercial de la empresa.
- Participar cuando lo considere oportuno en el tratamiento y gestión de las no conformidades.
- Realizar un plan de desarrollo a corto, mediano y largo plazo.
- Velar por el cumplimiento de la misión, visión, políticas y normas de la empresa.
- Evaluar y analizar estados financieros mensuales y anuales del hotel.

5.1.5.2.Departamento de Contabilidad

5.1.5.2.1. Contador

Grado académico: Contador

Experiencia: 2 años de experiencia en cargos similares.

Sexo: indistinto

Características: Proactividad, dinamismo, disponibilidad de horarios, excelente dominio verbal.

Descripción del puesto: la persona encargada del departamento de contabilidad registrará todas las transacciones en las que incurra el establecimiento.

Funciones:

- Elaboración de balances, declaración de impuestos, beneficios sociales.
- Elaboración de planillas y gráficos para análisis y control;

- Ingresar y controlar las ventas de los departamentos.
- Llevar el libro mayor y menor.
- Manejo de hojas de cálculo;
- Roles de pago
- Pago a proveedores.
- Procesos y procedimientos contables y financieros;
- Registrar los movimientos contables.
- Requisitos de presentación e higiene personal.

5.1.5.3.Departamento de Recepción

5.1.5.3.1. Recepcionistas

Grado académico: Estudios de administración hotelera.

Experiencia: 2 años de experiencia en cargos similares.

Idiomas: Inglés 100%.

Sexo: indistinto

Características: Proactividad, dinamismo, disponibilidad de horarios, excelente dominio verbal, dominio de programas de Microsoft Office, puntualidad.

Descripción del puesto: La persona encargada de recepción es aquella que da la bienvenida a los huéspedes y clientes, además de dar la información general del hotel.

Funciones:

- Gestionar las salidas (Check out) y entradas (Check in) de los huéspedes.
- Asignación de habitaciones.
- Dar información a los huéspedes y clientes relacionada con el hotel.
- Atención de llamadas
- Confirmación de eventos.
- Control de llaves de habitaciones.
- Brindar desayunos a los huéspedes.
- Limpieza de áreas comunes de la planta baja y cocina.

- Reservas del hotel.

5.1.5.4.Departamento de Habitaciones

5.1.5.4.1. Camareras

Grado académico: Tecnología en Hotelería y Turismo

Experiencia: experiencia no indispensable

Sexo: indistinto

Características: Proactividad, amabilidad, puntualidad, responsabilidad, disponibilidad de horarios.

Descripción del puesto: La persona encargada de recamarería, es aquella encargada de realizar la limpieza y mantener orden en las habitaciones y áreas comunes.

Funciones:

- Realizar limpieza en habitaciones.
- Realizar tendido de camas.
- Velar por el buen cuidado del mobiliario.
- Asegurar dotaciones de amenities y lencería en habitaciones.
- Procesos de Lost and Found.
- Lavado y planchado de lencería.

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Manual de Análisis y Descripción de Puestos Hotel "La Palma" 2015.
FECHA: Abril 25 del 2015

5.1.6. Gestión de Talento Humano

La elección de colaboradores internos de *"Elysian Fields Hotel"* se efectuará con las siguientes estrategias:

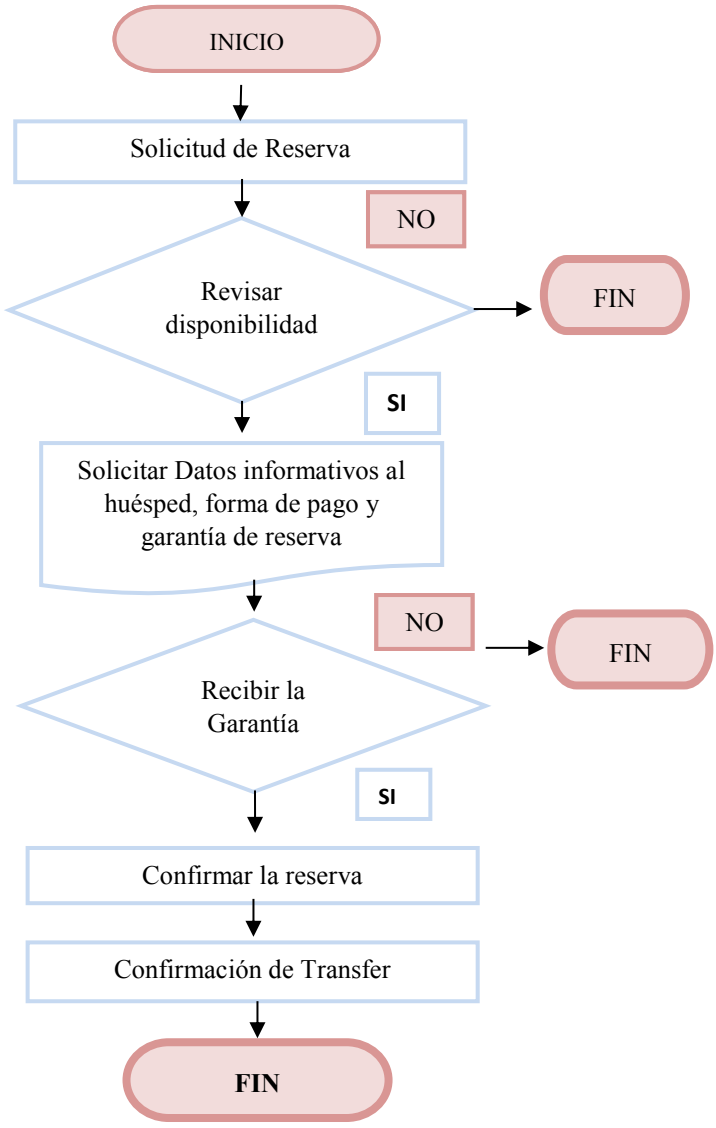
- Se publicará mediante diario El Comercio un anuncio en el cuadernillo de clasificados, en la sección de empleos.

- Además se reemitirán solicitudes a universidades que oferten carreras de hospitalidad para que envíen estudiantes en proceso de formación.

5.1.7. Procesos de Producción

5.1.7.1.Proceso de Reserva

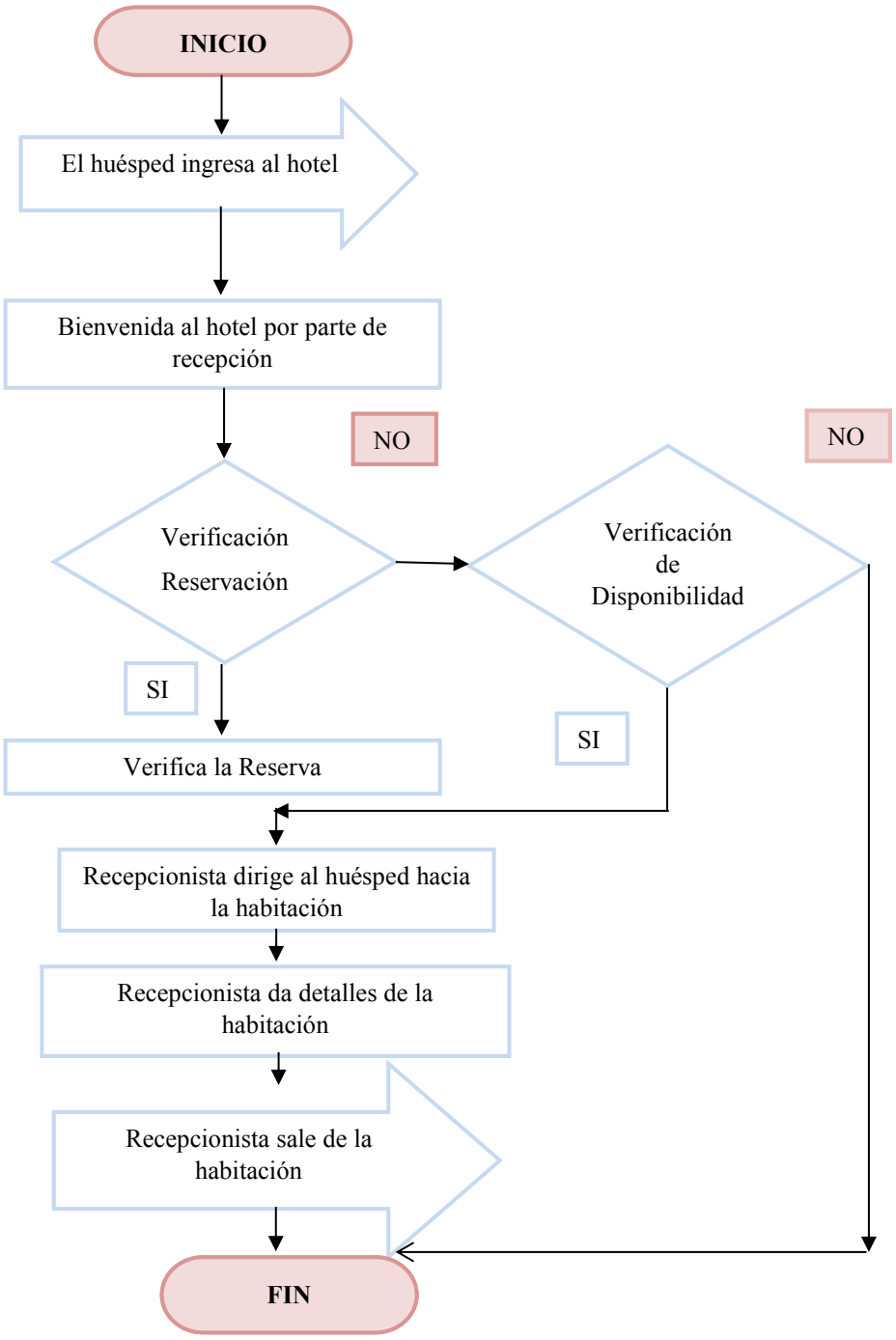
Ilustración 25: Proceso de reserva



ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Gestión de Hoteles
FECHA: Abril 20 del 2015

5.1.7.2.Check in

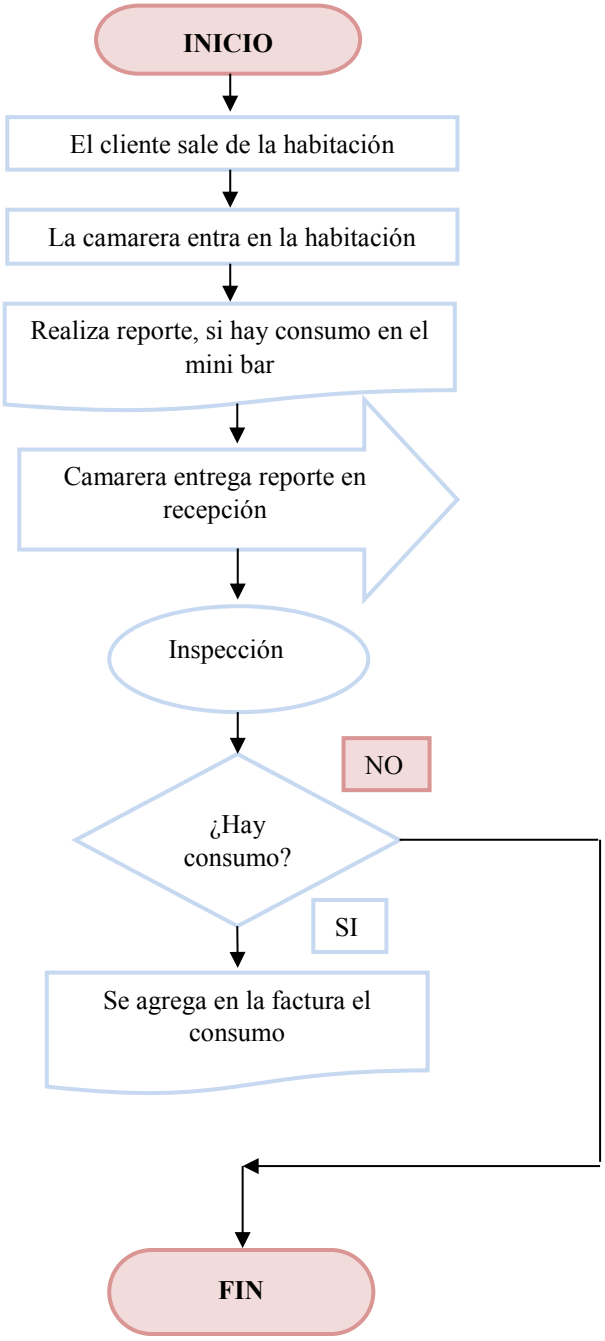
Ilustración 26: Check in



ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Gestión de Hoteles
FECHA: Abril 20 del 2015

5.1.7.3.Check Out

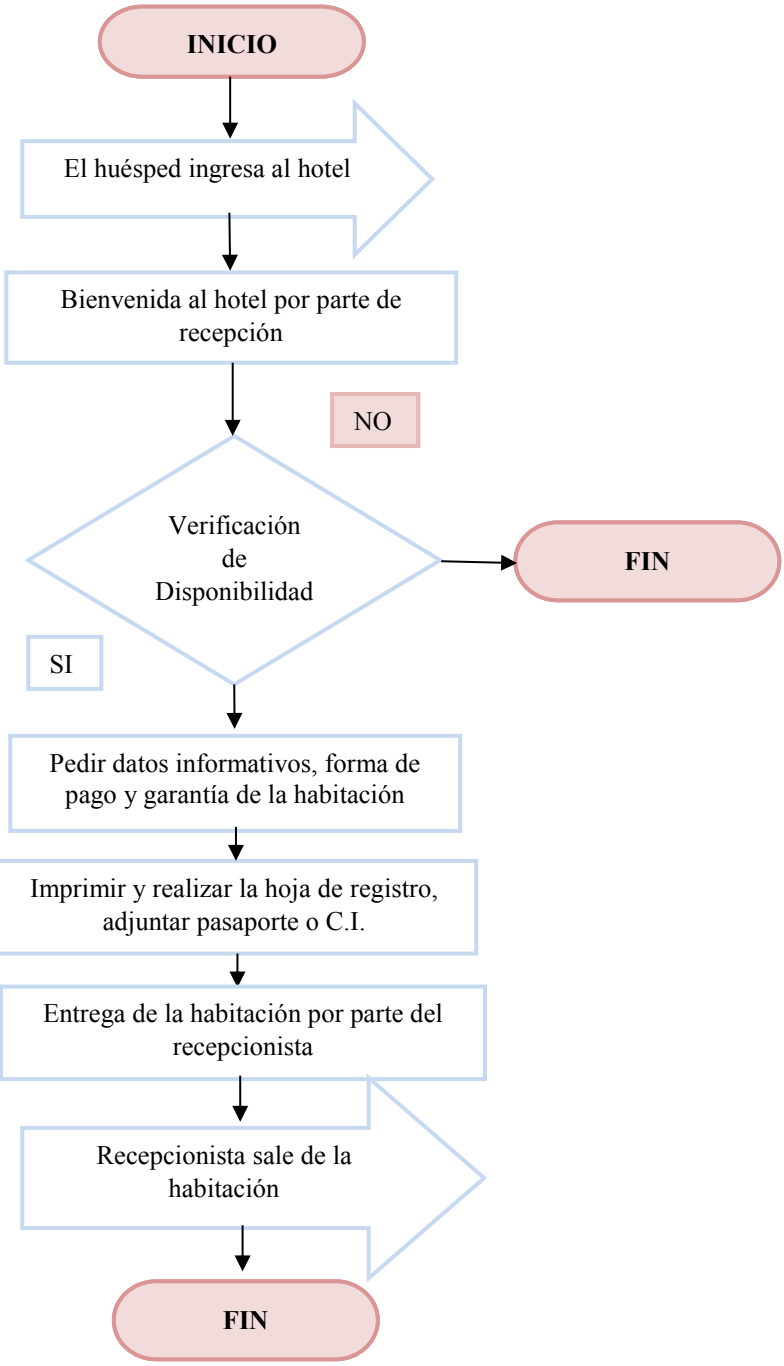
Ilustración 27: Check out



ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Gestión de Hoteles
FECHA: Abril 20 del 2015

5.1.7.4.Check in (Walk in)

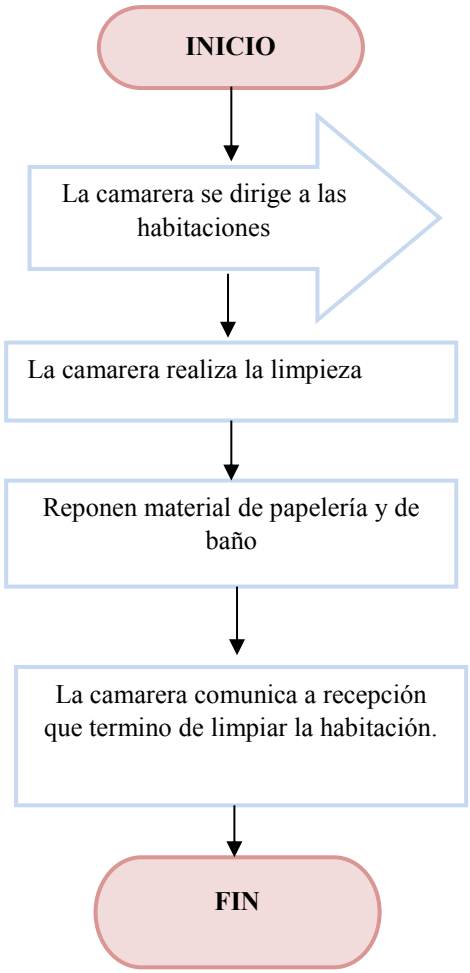
Ilustración 28: Check in (Walk in)



ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Gestión de Hoteles
FECHA: Abril 20 del 2015

5.1.7.5.Limpieza de habitaciones

Ilustración 29: Limpieza de habitaciones



ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Gestión de Hoteles
FECHA: Abril 20 del 2015

5.1.8. Políticas del Hotel

5.1.8.1.Políticas de Cancelación de Reservas

- Si la cancelación se realiza 10 días antes de la llegada, no habrá ningún cargo.
- Si la cancelación se realiza entre 9 y 5 días antes de la llegada, la primera noche será cobrada.
- Si la cancelación se realiza entre 4 días o no – show, el 100% de la reserva será cobrada.

5.1.8.2.Políticas de Check in y Check out

Check-in: Se realizará a partir de las 14:00 horas.

Check-out: se lo podrá realizar hasta las 12:00 horas

Desayuno: El desayuno se servirá a partir de las 7:00 horas hasta las 09:00 horas.

Las habitaciones deben quedar libres y puestas a disposición del hotel a más tardar 12:00 horas de la fecha de salida acordada. Después de ese tiempo, el hotel puede cobrar el 50 % de la tarifa de alojamiento completa, si no se acuerda de antemano sobre la hora exacta de salida.

5.1.9. Reglamento Interno de la Organización

5.1.9.1.CAPITULO I – Disposiciones Generales

La empresa denominada *"Elysian Fields Hotel"* Cia. Ltda. Está impuesta a realizar la trasmisión a los colaboradores de un ejemplar del reglamento interno de la organización.

Se ha creído beneficioso presentar este modelo de reglamento interno, teniendo en cuenta la información necesaria para una óptima y excelente función laboral.

Los colaboradores serán sancionados si es que éstos violan las disposiciones del Reglamento Interno de *"Elysian Fields Hotel"*.

5.1.9.2.CAPITULO II – Admisión y Contratación de Colaboradores

Artículo 1.- La Selección y Contratación de colaboradores es tarea de Gerencia General de "*Elysian Fields Hotel"*

Artículo 2.- La selección de colaboradores se realizará de acuerdo a las necesidades de los cargos y demás exigencias establecidas por el hotel.

Artículo 3.- Ningún individuo podrá ingresar a proporcionar servicios, si no está contratado debidamente en el hotel.

Artículo 4.- La Gerencia General de *"Elysian Fields Hotel"* debe exigir el examen médico en una institución de salud pública, para establecer las circunstancias de salud de cada colaborador.

Artículo 5.- Los postulantes a alguna vacante en el hotel, deberán de llenar y firmar la "Solicitud de Empleo" y demás documentos que requiera Gerencia General.

Artículo 6.- Aprobado el nuevo colaborador, queda supeditado a un período de prueba por un determinado tiempo y de acuerdo a las condiciones del hotel.

5.1.9.3.CAPÍTULO III - Derechos de los Colaboradores

Artículo 8.- Los colaboradores de *"Elysian Fields Hotel"* gozan entre otros los siguientes derechos:

a) Recibir el pago quincenal del 10% de servicio y mensual de la remuneración, de acuerdo al cargo que desempeñan en el hotel.
b) Los colaboradores tienen derecho a dos días de descanso a la semana.
c) Los colaboradores tienen derecho al descanso vacacional, luego de desempeñar el primer año de labores.
d) Los colaboradores tienen derecho a justificar las faltas por complicaciones de salud, o por motivos familiares, según sea el caso.
e) Los colaboradores tienen derecho a recibir una capacitación actualizada y al perfeccionamiento de conocimientos.
f) Los colaboradores tienen como derecho a la afiliación a la Seguridad Social (IESS) para recibir prestaciones sociales.
g) Los colaboradores deberán ser calificados para ocupar cargos de mayor nivel, tomando en cuenta su productividad, estudios universitarios y experiencia.
h) Los colaboradores tienen derecho a la privacidad en sus cuestiones personales.

5.1.9.4.CAPÍTULO IV – Obligaciones de los Colaboradores

Artículo 9º.- Todos los trabajadores de *"Elysian Fields Hotel"* tienen las siguientes obligaciones:

a) Los colaboradores profesarán un comportamiento paralelo con las normas de cortesía y buen trato hacia sus superiores, compañeros de trabajo y huéspedes.
b) Los colaboradores deberán ejercer con eficiencia y eficacia los oficios que a ellos se les encomienden.
c) Los colaboradores cumplirán puntualmente con el horario de trabajo.
d) Los colaboradores deberán guardar en todo momento discreción sobre: actividades, documentos, procesos y demás información del establecimiento.
e) Los colaboradores deberán conservar en buen estado los equipos y maquinaria del hotel.
f) Los colaboradores deberán formular iniciativas que favorezcan al desarrollo del hotel.
g) Los colaboradores deberán comunicar expresamente a Gerencia General todo cambio domiciliario realizado.
h) Los colaboradores deberán ingresar al hotel correctamente uniformados.
i) Los colaboradores deberán dedicarse solamente a cumplir con sus funciones no debiendo inmiscuirse en las actividades que competen a otros empleados.
j) Los colaboradores deberán permanecer en su centro laboral dentro del itinerario de trabajo establecido.

5.1.9.5.CAPÍTULO IV - Jornada y Horario de Trabajo

Artículo 10.- Como máximo cada colaborador laborará 8 horas diarias, a excepción de algunos casos de fuerza mayor.

Artículo 11.- La jornada diurna (horario continuo), está dividida en dos turnos, comprendida entre las 7:00 am y las 15:00 pm, y entre las 15:00 pm y las 22:00 pm.

Artículo 12.- La jornada nocturna (horario continuo), está comprendida entre las 22:00 pm y las 07:00 am.

Artículo 13.- Los colaboradores realizarán oficios multifuncionales dentro del hotel.

Artículo 14.- Cada colaborador recibirá durante su labor en el hotel, un descanso como mínimo de media hora al día.

Artículo 15.- En los casos de siniestro o riesgo inminente en la cual peligre la vida del colaborador, de sus compañeros, o la existencia misma del hotel, la jornada de trabajo podrá alargarse por el tiempo rigorosamente necesario para evitar los mismos.

Artículo 16.- La prolongación del tiempo extraordinario que exceda de nueve horas a la semana, obliga al empleador a pagar al colaborador el tiempo excedente como horas extraordinarias.

5.1.9.6.CAPÍTULO V – Vacaciones

Artículo 17.- Tienen derecho a las vacaciones los colaboradores que han cumplido un año de trabajo para el hotel, en caso de salir del trabajo antes de cumplir el año de servicio se cancelará al colaborador la parte proporcional a las vacaciones no gozadas.

Artículo 18.- Todo colaborador tendrá derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de 15 días de vacaciones, incluidos los días no laborables. Quienes hubieren prestado servicios más de cinco años al hotel, gozarán adicionalmente de un día de vacaciones por cada uno de los años excedentes.

5.1.9.7.CAPITULO VI – Sueldos

Artículo 19.- El sueldo se pagará mensualmente, fijándose como fecha límite los días comprendidos entre el 1 al 5 de cada mes.

Artículo 20.- El 10% de servicio, será cancelado transcurridos 15 días de cada mes.

Solo podrán hacerse retenciones, descuentos o reducciones del salario de los colaboradores en los siguientes casos:

Articulo 21.- Cuando el colaborador contraiga deudas con el hotel por cualquier concepto.

Artículo 22.- Por cubrir cantidades que por error ocasionen faltantes en caja.

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Reglamento Interno de Trabajo y de Seguridad del Personal “Casa Joaquín Logis de Charme” - 2015, Reglamento Interno de Trabajo del Hotel “DARAKA”
FECHA: Abril 25 del 2015

6. CAPITULO VI

6.1.INVERSIÓN, FINANCIAMIENTO, INGRESOS, COSTOS, ANÁLISIS FINANCIERO

6.1.1. Presupuesto de Inversión

6.1.1.1.Muebles y enceres

Tabla 27: Muebles y enceres "Elysian Fields Hotel".

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN				
UNIDADES	**DESCRIPCIÓN**	**PROVEEDOR**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
MUEBLES Y ENSERES				
6	Cama de plaza y media (twin) y adicionales 105x190cm	Mueble Hogar	$ 200,00	$ 1.200,00
7	Cama de dos plazas y media (queen) 156x200cm	Mueble Hogar	$ 225,00	$ 1.575,00
3	Cama de tres plazas (King) 200x200cm	Mueble Hogar	$ 250,00	$ 750,00
3	Sofá Cama Milano mrroquí Café plaza y media	Chaide y Chaide	$ 350,60	$ 1.051,80
55	Mesa de noche	Mueble Hogar	$ 35,00	$ 1.925,00
55	Lámpara de mesa de noche	Kywi	$ 19,95	$ 1.097,25
13	Armarios	Mueble Hogar	$ 300,00	$ 3.900,00
13	Espejos de Pie	Mueble Hogar	$ 40,00	$ 520,00
11	Escritorios	Mueble Hogar	$ 70,00	$ 770,00
11	Sillas de escritorio	Mueble Hogar	$ 50,00	$ 550,00
13	Portamaletas	Mueble Hogar	$ 30,00	$ 390,00
13	Cajas de seguridad	Kywi	$ 60,00	$ 780,00
1	Caja de seguridad (Recepción)	Kywi	$ 130,00	$ 130,00
13	Calentadores - ventiladores	Kywi	$ 85,99	$ 1.117,87
13	Secadodes de cabello	Montero	$ 24,32	$ 316,16
13	Espejo para baño	Montero	$ 12,35	$ 160,55
6	Colchón cama de plaza y media	Chaide y Chaide	$ 1.000,00	$ 6.000,00
7	Colchón cama de dos plazas y media	Chaide y Chaide	$ 1.200,00	$ 8.400,00
3	Colchón cama de tres plazas	Chaide y Chaide	$ 1.320,00	$ 3.960,00
10	Cobertor colchón cama de plaza y media	Chaide y Chaide	$ 55,20	$ 552,00
10	Cobertor colchón cama de dos plazas y media	Chaide y Chaide	$ 56,30	$ 563,00
6	Cobertor colchón cama de tres plazas	Chaide y Chaide	$ 57,60	$ 345,60
10	Juegos sábanas Fioré 1500 hilos cama de plaza y media	Chaide y Chaide	$ 140,76	$ 1.407,60
10	Juegos sábanas Fioré 1500 hilos cama de dos plazas y media	Chaide y Chaide	$ 156,40	$ 1.564,00
6	Juegos sábanas Fioré 1500 hilos cama de tres plazas	Chaide y Chaide	$ 190,40	$ 1.142,40
10	Frazadas cama de plaza y media	Noperti	$ 32,90	$ 329,00
10	Frazadas cama de dos plazas y media	Noperti	$ 35,50	$ 355,00
6	Frazadas cama de tres plazas	Noperti	$ 37,75	$ 226,50
10	Duvet cama de plaza y media	Noperti	$ 200,50	$ 2.005,00
10	Duvet cama de dos plazas y media	Noperti	$ 225,30	$ 2.253,00
6	Duvet cama de tres plazas	Noperti	$ 250,80	$ 1.504,80
48	Almohadas RESTONIC MEMORY FOAM (incluye funda de almohada	Chaide y Chaide	$ 32,97	$ 1.582,56
16	Rodapie	Kywi	$ 6,00	$ 96,00
16	Juegos de cortinas	Cortyvis Cia. Ltda.	$ 120,00	$ 1.920,00
32	Foco LED GU10 120V/4.5W/3000K (Baño)	Kywi	$ 9,00	$ 288,00
16	Lámpara colgante 2 luces acabado rústico (habitaciones)	Kywi	$ 14,65	$ 234,40
6	Lámpara de emergencia automática 110-220V. LED.	Kywi	$ 32,75	$ 196,50
11	Lámpara de escritorio flexible 1 luz	Kywi	$ 8,95	$ 98,45
2	Secador de manos acero inoxidable 2300 W	Kywi	$ 160,00	$ 320,00
2	Dispensador jabón líquido	Kywi	$ 19,30	$ 38,60
42	Juegos de toallas (cuerpo, rostro, manos, pies)	Pintex	$ 45,60	$ 1.915,20
15	Dispensador de papel higiénico	Familia Sancela	$ 21,72	$ 325,80
			SUBTOTAL	**$ 53.857,04**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Mueble Hogar, Kywi, Montero, Chaide y Chaide, Noperti, Cortyvis Cia. Ltda., Familia Sancela
FECHA: Mayo 25 del 2015

6.1.1.2.Suministros de oficina

Tabla 28: Suministros de oficina “Elysian Fields Hotel”.

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN				
UNIDADES	**DESCRIPCIÓN**	**PROVEEDOR**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
SUMINISTROS DE OFICINA				
10	Resmas de papel bond A4	Dilipa	$ 3,59	$ 35,90
1	Caja esfero azul Bic x 50	Dilipa	$ 10,00	$ 10,00
1	Caja esfero negro Bic x 50	Dilipa	$ 10,00	$ 10,00
1	Caja esfero rojo Bic x 25	Dilipa	$ 5,00	$ 5,00
1	Caja de Lápiz Mongol x 50	Dilipa	$ 11,00	$ 11,00
3	Grapadoras	Dilipa	$ 3,25	$ 9,75
3	Perforadoras	Dilipa	$ 5,75	$ 17,25
3	Saca grapas	Dilipa	$ 2,75	$ 8,25
5	post-it 5 x 5 (naranja, azul, amarillo, verde, blanco)	Dilipa	$ 4,75	$ 23,75
3	Marcador (azul, rojo y negro)	Dilipa	$ 1,50	$ 4,50
2	Resaltador (naranja, amarillo)	Dilipa	$ 1,75	$ 3,50
3	Reglas de 30 cm	Dilipa	$ 0,50	$ 1,50
3	Liquid paper	Dilipa	$ 1,50	$ 4,50
3	calculadora casio	Dilipa	$ 5,50	$ 16,50
2	kit tinta continua	Dilipa	$ 48,50	$ 97,00
2	bitácoras	Dilipa	$ 4,50	$ 9,00
2	cuadernos universitarios 100 h cuadros	Dilipa	$ 2,95	$ 5,90
5	archivadores	Dilipa	$ 15,00	$ 75,00
43	carpetas	Dilipa	$ 0,65	$ 27,95
1000	Block de notas	Amenigraf	$ 0,25	$ 250,00
1000	Boligrafo Recycle Paper	Amenigraf	$ 0,26	$ 260,00
1000	Carpeta	Amenigraf	$ 0,15	$ 150,00
1000	Hojas tamaño Inen Membretadas	Amenigraf	$ 0,05	$ 50,00
1000	sobre blanco	Amenigraf	$ 0,05	$ 50,00
			SUBTOTAL	**$ 1.136,25**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Dilipa, Amenigraf
FECHA: Mayo 25 del 2015

6.1.1.3.Equipos de computación y tecnológicos

Tabla 29: Equipos de computación y tecnológicos “Elysian Fields Hotel”.

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN				
UNIDADES	**DESCRIPCIÓN**	**PROVEEDOR**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y TECNOLÓGICOS				
2	Computadoras (DELL INSPIRON 2020 CARACTERISTICAS: Procesador: INTEL CORE i3 2.90GHz Disco Duro: 1000GB Memoria)	Cinticomp	$ 720,00	$ 1.440,00
2	Impresoras (CANON MULTIFUNCION CANON MG 2410 MODELO 2014 CON SISTEMA DE TINTA CONTINUA)	Cinticomp	$ 60,00	$ 120,00
5	Cámaras seguridad circuito cerrado	Tesysistemas	$ 430,00	$ 2.150,00
1	Software ISYPLUS para la Gestión Hotelera.	Serviestudios Cia. Ltda.	$ 5.000,00	$ 5.000,00
14	Televisor LED 42"	Comandato	$ 600,00	$ 8.400,00
13	Téfonos para habitación	Kywi	$ 29,99	$ 389,87
13	Telefonos para baño	Kywi	$ 11,00	$ 143,00
1	Video portero eléctrico	Kywi	$ 210,00	$ 210,00
1	Central telefónica (recepción)	Kywi	$ 98,50	$ 98,50
			SUBTOTAL	**$ 17.951,37**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Cinticomp, Tesysistemas, Serviestudios Cia Ltda., Comandato, Kywi.
FECHA: Mayo 25 del 2015

6.1.1.4.Equipos de cocina

Tabla 30: Equipos de cocina “Elysian Fields Hotel”.

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN				
UNIDADES	**DESCRIPCIÓN**	**PROVEEDOR**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
EQUIPOS DE COCINA				
2	Microondas 1000W Modelo: 40819. 1000 Wats. Capacidad 0.9 pies cúbicos. Pantalla digital y temporizador	Equindeca	$ 150,00	$ 300,00
1	Maquina de café expresso y capuccino compacta automática	Equindeca	$ 2.500,00	$ 2.500,00
2	Licuadoras 32oz Modelo BB150S. 2 velocidades	Equindeca	$ 120,00	$ 240,00
2	Cocina de inducción 4 hornillas	Equindeca	$ 350,00	$ 700,00
2	Refrigerador no frost 2 puertas	Equindeca	$ 400,00	$ 800,00
2	Campanas extractoras de olores	Equindeca	$ 300,00	$ 600,00
			SUBTOTAL	**$ 5.140,00**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Equindeca
FECHA: Mayo 25 del 2015

6.1.1.5.Infraestructura

Tabla 31: Infraestructura “Elysian Fields Hotel”.

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN				
UNIDADES	**DESCRIPCIÓN**	**PROVEEDOR**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
INFRAESTRUCTURA				
13	Cabinas duchas (Hidromasaje)	Kywi	$ 900,00	$ 11.700,00
16	Sistemas de extracción de olor	Kywi	$ 24,99	$ 399,84
			SUBTOTAL	**$ 12.099,84**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Kywi
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.1.6.Uniformes

Tabla 32: Uniformes “Elysian Fields Hotel”.

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN				
UNIDADES	**DESCRIPCIÓN**	**PROVEEDOR**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
UNIFORMES				
4	Recepcionistas	El Uniforme	$ 32,00	$ 128,00
3	Camareras	El Uniforme	$ 25,40	$ 76,20
			SUBTOTAL	**$ 204,20**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: El Uniforme
FECHA: Mayo 25 del 2015

6.1.1.7.Menaje de cocina

Tabla 33: Menaje de cocina “Elysian Fields Hotel”.

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN				
UNIDADES	**DESCRIPCIÓN**	**PROVEEDOR**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
MENAJE DE COCINA				
2	Espatulas De Acero Inox.	Equindeca	$ 3,31	$ 6,62
2	Espumadera Redonda de malla 16.5 cm diám.	Equindeca	$ 2,59	$ 5,18
1	Abrelatas manual en acero inox.	Equindeca	$ 6,84	$ 6,84
3	Tablas para picar	Equindeca	$ 22,38	$ 67,14
1	Conjunto de 10 cuchillos	Equindeca	$ 142,98	$ 142,98
1	Chafer capacidad 7.5 litros y 6.5 cm profundidad	Equindeca	$ 57,37	$ 57,37
3	Cucharas para salsa	Equindeca	$ 4,53	$ 13,59
20	Servilleteros de acero inox. Acabado brillante	Equindeca	$ 5,96	$ 119,20
2	Dispensadores de palillos	Equindeca	$ 10,01	$ 20,02
3	Jarras lecheras	Equindeca	$ 12,71	$ 38,13
3	Salseras	Equindeca	$ 1,65	$ 4,95
3	Tenazas multiuso	Equindeca	$ 4,59	$ 13,77
3	Jarras térmicas	Equindeca	$ 14,73	$ 44,19
3	Charoles de fibra de vidrio	Equindeca	$ 56,59	$ 169,77
50	Cuchara Bellini/ San't Andrea para sopa	Equindeca	$ 2,03	$ 101,50
50	Tenedor Bellini/ San't Andrea postre entrada	Equindeca	$ 2,09	$ 104,50
50	Cuchillo Bellini/ San't Andrea postre entrada	Equindeca	$ 1,79	$ 89,50
50	Tazas de té 23 cl	Equindeca	$ 2,85	$ 142,50
50	Taza aroma tinto	Equindeca	$ 2,88	$ 144,00
5	Jarras de cristal	Equindeca	$ 6,30	$ 31,50
25	Copas flauta	Equindeca	$ 3,39	$ 84,75
25	Copas tulipe vino tinto	Equindeca	$ 3,73	$ 93,25
25	Copas tulipe vino blanco	Equindeca	$ 4,03	$ 100,75
25	Vasos cerveceros	Equindeca	$ 2,68	$ 67,00
5	Bowls bajos	Equindeca	$ 3,93	$ 19,65
50	Platos para entrada	Equindeca	$ 5,27	$ 263,50
50	Platos tendidos	Equindeca	$ 9,23	$ 461,50
50	Vasos princesa	Equindeca	$ 1,57	$ 78,50
13	Refigeradoras pequeñas	Equindeca	$ 130,00	$ 1.690,00
7	Mesas para desayuno con respectivas sillas	Mueble Hogar	$ 80,00	$ 560,00
2	Sartén de Inducción Trabajo pesado. De acero inox. Mango de silicon. capacidad 4.3	Equindeca	$ 53,59	$ 107,18
50	Cucharitas Bellini/ San't Andrea para café tamaño americano	Equindeca	$ 1,36	$ 68,00
1	Bombona Industrial	Kywi	$ 200,00	$ 200,00
			SUBTOTAL	**$ 4.917,33**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Equindeca, Mueble Hogar
FECHA: Mayo 25 del 2015

6.1.1.8.Suministros Mini Bar y Bar

Tabla 34: Suministros Mini Bar y Bar "Elysian Fields Hotel".

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN				
UNIDADES	**DESCRIPCIÓN**	**PROVEEDOR**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
SUMINISTROS MINIBAR Y BAR				
48	Vino Tinto ½ Botella 375 ml	La Taberna Liquor Store	$ 3,49	$ 167,52
48	Vino Blanco ½ Botella 375 ml	La Taberna Liquor Store	$ 3,49	$ 167,52
48	Vino Espumoso ½ Botella 375 ml	La Taberna Liquor Store	$ 3,49	$ 167,52
48	Cerveza Club Verde 330 ml	La Taberna Liquor Store	$ 1,10	$ 52,80
48	Cerveza Pílsener Twist Off 330 ml	La Taberna Liquor Store	$ 0,99	$ 47,52
48	Coca Cola 400 ml	Mega Santa María S.A.	$ 0,56	$ 26,88
48	Coca Cola Zero 400 ml	Mega Santa María S.A.	$ 0,59	$ 28,32
48	Fanta 400 ml	Mega Santa María S.A.	$ 0,56	$ 26,88
48	Sprite 400 ml	Mega Santa María S.A.	$ 0,56	$ 26,88
48	Agua con gas 500 ml	Mega Santa María S.A.	$ 0,35	$ 16,80
48	Agua sin gas 500 ml	Mega Santa María S.A.	$ 0,36	$ 17,28
48	Galletas integrales svelty 250 gr	Mega Santa María S.A.	$ 0,50	$ 24,00
48	Galletas Oreo 29.4 gr	Mega Santa María S.A.	$ 0,48	$ 23,04
48	Snickers 49.9 gr	Mega Santa María S.A.	$ 1,25	$ 60,00
10	Vino Blanco (Tocornal Sauvignon Blanc 750 ML)	La Taberna Liquor Store	$ 8,19	$ 81,90
10	Vino Tinto (Tocornal Cabernet Sauvignon 750 ML)	La Taberna Liquor Store	$ 8,19	$ 81,90
15	Vino Rojo ½ Botella Los Cardos Malbec	La Taberna Liquor Store	$ 3,49	$ 52,35
15	Vino Blanco ½ Botella Los Cardos Malbec	La Taberna Liquor Store	$ 3,49	$ 52,35
2	Pisco Ocucaje Acholado (Botella 750 ML)	La Taberna Liquor Store	$ 32,49	$ 64,98
2	Crym's Triple Sec (Botella 750 ML)	La Taberna Liquor Store	$ 21,99	$ 43,98
2	Crema de Alba (Botella 750 ML)	La Taberna Liquor Store	$ 39,65	$ 79,30
2	Bombay Sapphire Gin (Botella 750 ML)	La Taberna Liquor Store	$ 75,45	$ 150,90
2	W Dry Gin (Botella 750 ML)	La Taberna Liquor Store	$ 11,45	$ 22,90
2	Ron Bacardi Oro (Botella 750 ML)	La Taberna Liquor Store	$ 20,68	$ 41,36
2	Skyy Vodka Infusions (Botella 750 ML)	La Taberna Liquor Store	$ 26,49	$ 52,98
2	Ron Appleton Estate Extra (Botella 750 ML)	La Taberna Liquor Store	$ 42,99	$ 85,98
2	Crym's Amareto (Botella 750 ML)	La Taberna Liquor Store	$ 8,98	$ 17,96
2	José Cuervo Tradicional (Botella 750 ML)	La Taberna Liquor Store	$ 55,84	$ 111,68
2	Baileys Original (Botella 750 ML)	La Taberna Liquor Store	$ 49,22	$ 98,44
2	Brandy Torres 5 Imperial (Botella 750 ML)	La Taberna Liquor Store	$ 47,98	$ 95,96
2	Grand Old Parr 12 años (Botella 750 ML)	La Taberna Liquor Store	$ 87,36	$ 174,72
2	Johnnie Walker Red Label (Botella 750 ML)	La Taberna Liquor Store	$ 54,64	$ 109,28
2	Paquetes Banana Chifles 150 gr.	Mega Santa María S.A.	$ 3,50	$ 7,00
2	Paquetes Bocaditos de Maíz 150 gr.	Mega Santa María S.A.	$ 3,50	$ 7,00
15	Club cerveza verde 330 ML	La Taberna Liquor Store	$ 1,10	$ 16,50
15	Pilsener Twiss Off 330 ML	La Taberna Liquor Store	$ 0,99	$ 14,85
15	Corona Extra 355 ml	La Taberna Liquor Store	$ 2,84	$ 42,60
15	Gaseosas 400 ML (Coca Cola, Sprite, Fioravanti, Pepsi)	Mega Santa María S.A.	$ 0,56	$ 8,40
15	Agua Mineral Dasani con / sin gas 500 ML	Mega Santa María S.A.	$ 0,35	$ 5,25
			SUBTOTAL	**$ 2.373,48**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: La Taberna Liquor Store, Mega Santa María S.A.
FECHA: Mayo 25 del 2015

6.1.1.9.Suministros de amenidades

Tabla 35: Suministros amenidades “Elysian Fields Hotel”.

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN				
UNIDADES	**DESCRIPCIÓN**	**PROVEEDOR**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
SUMINISTROS DE AMENIDADES				
16	Pacas papel higiénico continuo doble hoja blanco (40 paquetes de 180 unidades)	Familia Sancela	$ 44,00	$ 704,00
1000	Jabón Floresta 30 gr. Estuche Biodegradable	Amenigraf	$ 0,39	$ 390,00
1000	Shampoo Frasco Floresta 50 ml	Amenigraf	$ 0,56	$ 560,00
1000	Rinse Frasco Floresta 50 ml	Amenigraf	$ 0,58	$ 580,00
1000	Lustra calzado Guante (estuche Sachet)	Amenigraf	$ 0,42	$ 420,00
1000	Kit Dental	Amenigraf	$ 1,29	$ 1.290,00
1000	Kit de Afeitar	Amenigraf	$ 0,88	$ 880,00
1000	Vanity Kit	Amenigraf	$ 0,36	$ 360,00
1000	Costurero	Amenigraf	$ 0,32	$ 320,00
1000	Gorro de baño	Amenigraf	$ 0,33	$ 330,00
1000	Pantuflas de Pelón	Amenigraf	$ 1,25	$ 1.250,00
1000	Chocolate de cobertura	Amenigraf	$ 0,25	$ 250,00
1000	Funda de lavandería	Amenigraf	$ 0,04	$ 40,00
861	Arreglo floral	La Moitié du Monde	$ 1,50	$ 1.291,50
1000	Agua sin gas 500ml	Tesalia	$ 0,35	$ 350,00
861	Café molido	Piedra Negra Café Orgánico	$ 0,79	$ 679,94
861	Pulpa de fruta	La Jugosa	$ 0,18	$ 150,68
861	Humita	La casa de la huma y el tamal	$ 1,00	$ 861,00
861	Huevos	Indaves	$ 0,24	$ 206,64
861	Mermelada	María Morena	$ 0,13	$ 107,63
861	Mantequilla	Miraflores	$ 0,10	$ 85,24
861	Pan	Panadería Moderna	$ 0,20	$ 172,20
861	Queso	El Salinerito	$ 0,37	$ 319,80
			SUBTOTAL	**$ 11.598,62**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Familia Sancela, Amenigraf, La Moitié du Monde, Tesalia Springs Company, Piedra Negra, La Jugosa, La casa de la huma y el tamal, Indaves, María Morena, Miraflores, Panadería Moderna, El Salinerito.
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.1.10. Promoción

Tabla 36: Promoción "Elysian Fields Hotel".

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN				
UNIDADES	**DESCRIPCIÓN**	**PROVEEDOR**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
PROMOCIÓN				
1	Paquete Publicidad Full Color El Comercio	Diario El Comercio	$ 3.300,00	$ 3.300,00
1	Paquete Publicidad Full Color El Universo	Diario El Universo	$ 3.400,00	$ 3.400,00
6	Publicidad Dinners	Revista Dinners	$ 1.000,00	$ 6.000,00
6	Publicidad Tame	Revista A Bordo Tame	$ 999,99	$ 5.999,94
1	Página Web	Uguarú Tienda de Diseño	$ 870,00	$ 870,00
1	Coctel de Inauguración	La Moitié du Monde	$ 540,00	$ 540,00
			SUBTOTAL	**$ 20.109,94**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Diario El Comercio, Revista Dinners, A Bordo Tame, Uguarú, La Moitié du Monde
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.1.11. Obligaciones

Tabla 37: Obligaciones "Elysian Fields Hotel".

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN				
UNIDADES	**DESCRIPCIÓN**	**PROVEEDOR**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
OBLIGACIONES				
1	GASTO DE CONSTITUCIÓN		$ 1.200,00	$ 1.200,00
1	Licencia única de funcionamiento	Ministerio de Turismo	$ 89,00	$ 89,00
1	Registro de turismo	Ministerio de Turismo	$ 75,00	$ 75,00
1	Camara de turismo de Pichincha	CTP	$ 56,00	$ 56,00
1	Permiso del Cuerpo de Bomberos	Cuerpo de Bomberos DMQ	$ 60,00	$ 60,00
1	Patente del Distrito Metropolitano de Quito	Municipio del DM Quito	$ 75,00	$ 75,00
			SUBTOTAL	**$ 1.555,00**

PRESUPUESTO TOTAL:	**$ 130.943,07**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Ministerio de Turismo, Cámara de Turismo de Pichincha, Cuerpo de Bomberos DMQ, Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.2. Presupuesto de Gastos

6.1.2.1.Sueldos

Tabla 38: Presupuesto de Gastos, sueldos "Elysian Fields Hotel".

SUELDOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Gerente General	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00
Contador	$ 750,00	$ 750,00	$ 750,00	$ 750,00	$ 750,00	$ 750,00	$ 750,00	$ 750,00	$ 750,00	$ 750,00	$ 750,00	$ 750,00
Recepcionista 1	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29
Recepcionista 2	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29
Recepcionista 3	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29
Recepcionista 4	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29
Camarera 1	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29
Camarera 2	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29
Camarera 3	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29
SUBTOTAL SUELDOS	$ 4.451,03	$ 4.451,03	$ 4.451,03	$ 4.451,03	$ 4.451,03	$ 4.451,03	$ 4.451,03	$ 4.451,03	$ 4.451,03	$ 4.451,03	$ 4.451,03	$ 4.451,03

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.2.2.IESS patronal

Tabla 39: Presupuesto de Gastos, IESS patronal "Elysian Fields Hotel".

IESS PATRONAL	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Gerente General	$ 133,80	$ 133,80	$ 133,80	$ 133,80	$ 133,80	$ 133,80	$ 133,80	$ 133,80	$ 133,80	$ 133,80	$ 133,80	$ 133,80
Contador	$ 83,63	$ 83,63	$ 83,63	$ 83,63	$ 83,63	$ 83,63	$ 83,63	$ 83,63	$ 83,63	$ 83,63	$ 83,63	$ 83,63
Recepcionista 1	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84
Recepcionista 2	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84
Recepcionista 3	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84
Recepcionista 4	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84
Camarera 1	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84
Camarera 2	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84
Camarera 3	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84
SUBTOTAL IESS PATRONAL	$ 496,29	$ 496,29	$ 496,29	$ 496,29	$ 496,29	$ 496,29	$ 496,29	$ 496,29	$ 496,29	$ 496,29	$ 496,29	$ 496,29

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.2.3.Fondos de reserva

Tabla 40: Presupuesto de Gastos, fondos de reserva “Elysian Fields Hotel”.

FONDOS DE RESERVA	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Gerente General	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00
Contador	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50
Recepcionista 1	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77
Recepcionista 2	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77
Recepcionista 3	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77
Recepcionista 4	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77
Camarera 1	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77
Camarera 2	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77
Camarera 3	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77
SUBTOTAL FONDOS DE RESERVA	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.2.4.Décimo tercer sueldo

Tabla 41: Presupuesto de Gastos, Décimo tercer sueldo “Elysian Fields Hotel”.

DÉCIMO TERCER SUELDO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Gerente General	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00
Contador	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50
Recepcionista 1	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77
Recepcionista 2	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77
Recepcionista 3	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77
Recepcionista 4	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77
Camarera 1	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77
Camarera 2	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77
Camarera 3	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77
SUBTOTAL DÉCIMO TERCER SUELDO	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.2.5.Décimo Cuarto Sueldo

Tabla 42: Presupuesto de Gastos, Décimo cuarto sueldo “Elysian Fields Hotel”.

DÉCIMO CUARTO SUELDO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Gerente General	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50
Contador	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50
Recepcionista 1	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50
Recepcionista 2	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50
Recepcionista 3	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50
Recepcionista 4	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50
Camarera 1	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50
Camarera 2	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50
Camarera 3	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50
SUBTOTAL DÉCIMO CUARTO SUELDO	$ 265,50	$ 265,50	$ 265,50	$ 265,50	$ 265,50	$ 265,50	$ 265,50	$ 265,50	$ 265,50	$ 265,50	$ 265,50	$ 265,50

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.2.6.Vacaciones

Tabla 43: Presupuesto de Gastos, vacaciones “Elysian Fields Hotel”.

VACACIONES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Gerente General	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00
Contador	$ 31,25	$ 31,25	$ 31,25	$ 31,25	$ 31,25	$ 31,25	$ 31,25	$ 31,25	$ 31,25	$ 31,25	$ 31,25	$ 31,25
Recepcionista 1	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89
Recepcionista 2	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89
Recepcionista 3	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89
Recepcionista 4	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89
Camarera 1	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89
Camarera 2	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89
Camarera 3	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89
SUBTOTAL VACACIONES	$ 185,46	$ 185,46	$ 185,46	$ 185,46	$ 185,46	$ 185,46	$ 185,46	$ 185,46	$ 185,46	$ 185,46	$ 185,46	$ 185,46

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.2.7.Gasto Servicios Básicos

Tabla 44: Presupuesto de Gastos, gasto servicios básicos “Elysian Fields Hotel”.

GASTO SERVICIOS BÁSICOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Gas	$ 55,30		$ 55,30		$ 55,30		$ 55,30		$ 55,30		$ 55,30	
Agua potable	$ 280,00	$ 281,12	$ 282,24	$ 283,37	$ 284,51	$ 285,64	$ 286,79	$ 287,93	$ 289,09	$ 290,24	$ 291,40	$ 292,57
Energía eléctrica	$ 300,00	$ 301,20	$ 302,40	$ 303,61	$ 304,83	$ 306,05	$ 307,27	$ 308,50	$ 309,74	$ 310,97	$ 312,22	$ 313,47
Costo telefonía fija	$ 24,00	$ 24,10	$ 24,19	$ 24,29	$ 24,39	$ 24,48	$ 24,58	$ 24,68	$ 24,78	$ 24,88	$ 24,98	$ 25,08
SUBTOTAL GASTO SERVICIOS B.	$ 659,30	$ 606,42	$ 664,14	$ 611,28	$ 669,02	$ 616,18	$ 673,94	$ 621,12	$ 678,90	$ 626,10	$ 683,90	$ 631,11

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.2.8.Gasto Servicios Pre pagados

Tabla 45: Presupuesto de Gastos, gasto servicios Pre pagados “Elysian Fields Hotel”.

GASTO SERVICIO PREPAGO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Costo seguro contra incendios	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00
Costo servicio internet (TV cable)	$ 99,00	$ 99,00	$ 99,00	$ 99,00	$ 99,00	$ 99,00	$ 99,00	$ 99,00	$ 99,00	$ 99,00	$ 99,00	$ 99,00
Costo servicio TV Cable	$ 130,00	$ 130,00	$ 130,00	$ 130,00	$ 130,00	$ 130,00	$ 130,00	$ 130,00	$ 130,00	$ 130,00	$ 130,00	$ 130,00
SUBTOTAL SERVICIO PREPAGO	$ 729,00	$ 729,00	$ 729,00	$ 729,00	$ 729,00	$ 729,00	$ 729,00	$ 729,00	$ 729,00	$ 729,00	$ 729,00	$ 729,00

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.2.9.Obligaciones

Tabla 46: Presupuesto de Gastos, obligaciones “Elysian Fields Hotel”.

OBLIGACIONES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Obligaciones	$ 1.555,00											
SUBTOTAL OBLIGACIONES	$ 1.555,00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.2.10. Gasto Arriendo

Tabla 47: Presupuesto de Gastos, gasto arriendo “Elysian Fields Hotel”.

GASTO ARRIENDO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Arriendo	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00
SUBTOTAL ARRIENDO	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.2.11. Gasto Mantenimiento

Tabla 48: Presupuesto de Gastos, gasto mantenimiento “Elysian Fields Hotel”.

GASTO MANTENIMIENTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Mantenimiento	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00
SUBTOTAL GASTO MANTENIMIENTO	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.2.12. Total Gastos

Tabla 49: Presupuesto de Gastos, total de gastos “Elysian Fields Hotel”.

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
TOTAL GASTOS MENSUALES	**$ 12.883,42**	**$ 11.275,53**	**$ 11.333,26**	**$ 11.280,39**	**$ 11.338,14**	**$ 11.285,29**	**$ 11.343,06**	**$ 11.290,23**	**$ 11.348,02**	**$ 11.295,21**	**$ 11.353,02**	**$ 11.300,23**

TOTAL GASTOS AL AÑO	$ 137.325,81

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.3. Costos Fijos

6.1.3.1.Sueldos

Tabla 50: Costos fijos, sueldos “Elysian Fields Hotel”.

SUELDOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Gerente General	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00
Contador	$ 750,00	$ 750,00	$ 750,00	$ 750,00	$ 750,00	$ 750,00	$ 750,00	$ 750,00	$ 750,00	$ 750,00	$ 750,00	$ 750,00
Recepcionista 1	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29
Recepcionista 2	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29
Recepcionista 3	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29
Recepcionista 4	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29
Camarera 1	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29
Camarera 2	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29
Camarera 3	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29	$ 357,29
SUBTOTAL SUELDOS	$ 4.451,03	$ 4.451,03	$ 4.451,03	$ 4.451,03	$ 4.451,03	$ 4.451,03	$ 4.451,03	$ 4.451,03	$ 4.451,03	$ 4.451,03	$ 4.451,03	$ 4.451,03

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.3.2.IESS Patronal

Tabla 51: Costos fijos, IESS patronal “Elysian Fields Hotel”.

IESS PATRONAL	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Gerente General	$ 133,80	$ 133,80	$ 133,80	$ 133,80	$ 133,80	$ 133,80	$ 133,80	$ 133,80	$ 133,80	$ 133,80	$ 133,80	$ 133,80
Contador	$ 83,63	$ 83,63	$ 83,63	$ 83,63	$ 83,63	$ 83,63	$ 83,63	$ 83,63	$ 83,63	$ 83,63	$ 83,63	$ 83,63
Recepcionista 1	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84
Recepcionista 2	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84
Recepcionista 3	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84
Recepcionista 4	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84
Camarera 1	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84
Camarera 2	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84
Camarera 3	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84	$ 39,84
SUBTOTAL IESS PATRONAL	$ 496,29	$ 496,29	$ 496,29	$ 496,29	$ 496,29	$ 496,29	$ 496,29	$ 496,29	$ 496,29	$ 496,29	$ 496,29	$ 496,29

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.3.3.Décimo tercer sueldo

Tabla 52: Costos fijos, décimo tercer sueldo “Elysian Fields Hotel”.

DÉCIMO TERCER SUELDO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Gerente General	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00	$ 100,00
Contador	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50	$ 62,50
Recepcionista 1	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77
Recepcionista 2	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77
Recepcionista 3	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77
Recepcionista 4	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77
Camarera 1	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77
Camarera 2	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77
Camarera 3	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77	$ 29,77
SUBTOTAL DÉCIMO TERCER SUELDO	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92	$ 370,92

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.3.4.Décimo cuarto sueldo

Tabla 53: Costos fijos, décimo cuarto sueldo “Elysian Fields Hotel”.

DÉCIMO CUARTO SUELDO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Gerente General	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50
Contador	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50
Recepcionista 1	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50
Recepcionista 2	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50
Recepcionista 3	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50
Recepcionista 4	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50
Camarera 1	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50
Camarera 2	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50
Camarera 3	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,50
SUBTOTAL DÉCIMO CUARTO SUELDO	$ 265,50	$ 265,50	$ 265,50	$ 265,50	$ 265,50	$ 265,50	$ 265,50	$ 265,50	$ 265,50	$ 265,50	$ 265,50	$ 265,50

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.3.5.Vacaciones

Tabla 54: Costos fijos, vacaciones “Elysian Fields Hotel”.

VACACIONES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Gerente General	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00
Contador	$ 31,25	$ 31,25	$ 31,25	$ 31,25	$ 31,25	$ 31,25	$ 31,25	$ 31,25	$ 31,25	$ 31,25	$ 31,25	$ 31,25
Recepcionista 1	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89
Recepcionista 2	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89
Recepcionista 3	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89
Recepcionista 4	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89
Camarera 1	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89
Camarera 2	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89
Camarera 3	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89	$ 14,89
SUBTOTAL VACACIONES	$ 185,46	$ 185,46	$ 185,46	$ 185,46	$ 185,46	$ 185,46	$ 185,46	$ 185,46	$ 185,46	$ 185,46	$ 185,46	$ 185,46

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.3.6.Gasto Promoción

Tabla 55: Costos fijos, gasto promoción “Elysian Fields Hotel”.

GASTO PROMOCIÓN	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Paquete Publicidad Full Color El Comercio	$ 3.300,00											
Paquete Publicidad Full Color El Universo												$ 3.400,00
Publicidad Dinners	$ 1.000,00	$ 1.000,00	$ 1.000,00	$ 1.000,00	$ 1.000,00	$ 1.000,00						
Publicidad Tame							$ 999,99	$ 999,99	$ 999,99	$ 999,99	$ 999,99	$ 999,99
Página Web	$ 870,00											
Coctel de Inauguración	$ 540,00											
SUBTOTAL GASTO PROMOCIÓN	$ 812,95	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.3.7.Gasto Mantenimiento

Tabla 56: Costos fijos, gasto mantenimiento “Elysian Fields Hotel”.

GASTO MANTENIMIENTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Mantenimiento	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00
SUBTOTAL GASTO MANTENIMIENTO	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.3.8.Gasto suministros de oficina

Tabla 57: Costos fijos, gasto suministros de oficina “Elysian Fields Hotel”.

GASTO SUMINISTRO DE OFICINA	MES 0	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Resmas de papel bond A4	$ 35,90												
Caja esfero azul Bic x 50	$ 10,00												
Caja esfero negro Bic x 50	$ 10,00												
Caja esfero rojo Bic x 25	$ 5,00												
Caja de Lápiz Mongol x 50	$ 11,00												
Grapadoras	$ 9,75												
Perforadoras	$ 17,25												
Saca grapas	$ 8,25												
post-it 5 x 5 (naranja, azul, amarillo, verde, blanco)	$ 23,75												
Marcador (azul, rojo y negro)	$ 4,50												
Resaltador (naranja, amarillo)	$ 3,50												
Reglas de 30 cm	$ 1,50												
Liquid paper	$ 4,50												
calculadora casio	$ 16,50												
kit tinta continua	$ 97,00												
bitácoras	$ 9,00												
cuadernos universitarios 100 h cuadros	$ 5,90												
archivadores	$ 75,00												
carpetas	$ 27,95												
Block de notas	$ 250,00												
Boligrafo Recycle Paper	$ 260,00												
Carpeta	$ 150,00												
Hojas tamaño Inen Membretadas	$ 50,00												
sobre blanco	$ 50,00												
SUBTOTAL GASTO SUMINISTRO DE OFICINA	$ 1.136,25	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.3.9.Gasto servicios pre - pagados

Tabla 58: Costos fijos, gasto servicios pre – pagados “Elysian Fields Hotel”.

GASTO SERVICIOS PREPAGADOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Costo seguro contra incendios	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00
Costo servicio internet (TV cable)	$ 99,00	$ 99,00	$ 99,00	$ 99,00	$ 99,00	$ 99,00	$ 99,00	$ 99,00	$ 99,00	$ 99,00	$ 99,00	$ 99,00
Costo servicio TV Cable	$ 130,00	$ 130,00	$ 130,00	$ 130,00	$ 130,00	$ 130,00	$ 130,00	$ 130,00	$ 130,00	$ 130,00	$ 130,00	$ 130,00
SUBTOTAL GASTO SERVICIOS PREPAGADOS	$ 729,00	$ 729,00	$ 729,00	$ 729,00	$ 729,00	$ 729,00	$ 729,00	$ 729,00	$ 729,00	$ 729,00	$ 729,00	$ 729,00

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 26 del 2015

6.1.3.10. Gasto amortización

Tabla 59: Costos fijos, gasto amortización “Elysian Fields Hotel”.

GASTO AMORTIZACIÓN	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Capital por pagar	$ 1.107,58	$ 1.107,58	$ 1.107,58	$ 1.107,58	$ 1.107,58	$ 1.107,58	$ 1.107,58	$ 1.107,58	$ 1.107,58	$ 1.107,58	$ 1.107,58	$ 1.107,58
Interés por pagar	$ 922,06	$ 914,38	$ 906,70	$ 899,01	$ 891,33	$ 883,65	$ 875,96	$ 868,28	$ 860,59	$ 852,91	$ 845,23	$ 837,54
SUBTOTAL GASTO AMORTIZACIÓN	$ 2.029,65	$ 2.021,97	$ 2.014,28	$ 2.006,60	$ 1.998,91	$ 1.991,23	$ 1.983,55	$ 1.975,86	$ 1.968,18	$ 1.960,49	$ 1.952,81	$ 1.945,13

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 27 del 2015

6.1.3.11. Gasto Arriendo

Tabla 60: Costos fijos, gasto arriendo “Elysian Fields Hotel”.

GASTO ARRIENDO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Arriendo	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00
SUBTOTAL GASTO ARRIENDO	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 27 del 2015

6.1.3.12. Gasto licencias anuales

Tabla 61: Costos fijos, gasto licencias anuales “Elysian Fields Hotel”.

GASTO LICENCIAS ANUALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Obligaciones	$ 355,00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
SUBTOTAL LICENCIAS ANUALES	$ 355,00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 27 del 2015

6.1.3.13. Total costos fijos

Tabla 62: Costos fijos, total costos fijos “Elysian Fields Hotel”.

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
TOTAL COSTOS FIJOS	$ 13.495,80	$ 12.320,16	$ 12.312,48	$ 12.304,80	$ 12.297,11	$ 12.289,43	$ 12.281,74	$ 12.274,06	$ 12.266,38	$ 12.258,69	$ 12.251,01	$ 12.243,33

TOTAL COSTOS FIJOS ANUAL	$ 148.594,99

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 27 del 2015

6.1.4. Costos Variables

6.1.4.1. Gasto suministros amenidades

Tabla 63: Costos variables, gasto suministros amenidades “Elysian Fields Hotel”.

GASTO SUMINISTROS AMENIDADES	MES 0	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Pacas papel higiénico continuo doble hoja	$ 704,00												
Jabón Floresta 30 gr. Estuche Biodegradable	$ 390,00												
Shampoo Frasco Floresta 50 ml	$ 560,00												
Rinse Frasco Floresta 50 ml	$ 580,00												
Lustra calzado Guante (estuche Sachet)	$ 420,00												
Kit Dental	$ 1.290,00												
Kit de Afeitar	$ 880,00												
Vanity Kit	$ 360,00												
Costurero	$ 320,00												
Gorro de baño	$ 330,00												
Pantuflas de Pelón	$ 1.250,00												
Chocolate de cobertura	$ 250,00												
Funda de lavandería	$ 40,00												
Arreglo floral	$ 1.291,50												
Agua sin gas 500ml	$ 350,00												
Café molido	$ 679,94												
Pulpa de fruta	$ 150,68												
Humita	$ 861,00												
Huevos	$ 206,64												
Mermelada	$ 107,63												
Mantequilla	$ 85,24												
Pan	$ 172,20												
Queso	$ 319,80												
SUBTOTAL SUMINISTROS AMENIDADES	$ 11.598,62	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 28 del 2015

6.1.4.2.Gasto Suministros Mini Bar y Bar

Tabla 64: Costos variables, gasto suministros Mini Bar y Bar "Elysian Fields Hotel".

GASTO SUMINISTROS MINI BAR Y BAR	MES 0	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Vino Tinto ½ Botella 375 ml	$ 167,52												
Vino Blanco ½ Botella 375 ml	$ 167,52												
Vino Espumoso ½ Botella 375 ml	$ 167,52												
Cerveza Club Verde 330 ml	$ 52,80												
Cerveza Pilsener Twist Off 330 ml	$ 47,52												
Coca Cola 400 ml	$ 26,88												
Coca Cola Zero 400 ml	$ 28,32												
Fanta 400 ml	$ 26,88												
Sprite 400 ml	$ 26,88												
Agua con gas 500 ml	$ 16,80												
Agua sin gas 500 ml	$ 17,28												
Galletas integrales svelty 250 gr	$ 24,00												
Galletas Oreo 29.4 gr	$ 23,04												
Snickers 49.9 gr	$ 60,00												
Vino Blanco (Tocornal Sauvignon Blanc 750 ML)	$ 81,90												
Vino Tinto (Tocornal Cabernet Sauvignon 750	$ 81,90												
Vino Rojo ½ Botella Los Cardos Malbec	$ 52,35												
Vino Blanco ½ Botella Los Cardos Malbec	$ 52,35												
Pisco Ocucaje Acholado (Botella 750 ML)	$ 64,98												
Crym's Triple Sec (Botella 750 ML)	$ 43,98												
Crema de Alba (Botella 750 ML)	$ 79,30												
Bombay Sapphire Gin (Botella 750 ML)	$ 150,90												
W Dry Gin (Botella 750 ML)	$ 22,90												
Ron Bacardi Oro (Botella 750 ML)	$ 41,36												
Skyy Vodka Infusions (Botella 750 ML)	$ 52,98												
Ron Appleton Estate Extra (Botella 750 ML)	$ 85,98												
Crym's Amareto (Botella 750 ML)	$ 17,96												
José Cuervo Tradicional (Botella 750 ML)	$ 111,68												
Baileys Original (Botella 750 ML)	$ 98,44												
Brandy Torres 5 Imperial (Botella 750 ML)	$ 95,96												
Grand Old Parr 12 años (Botella 750 ML)	$ 174,72												
Johnnie Walker Red Label (Botella 750 ML)	$ 109,28												
Paquetes Banana Chifles 150 gr.	$ 7,00												
Paquetes Bocaditos de Maíz 150 gr.	$ 7,00												
Club cerveza verde 330 ML	$ 16,50												
Pilsener Twiss Off 330 ML	$ 14,85												
Corona Extra 355 ml	$ 42,60												
Gaseosas 400 ML (Coca Cola, Sprite, Fioravanti,	$ 8,40												
Agua Mineral Dasani con / sin gas 500 ML	$ 5,25												
SUBTOTAL SUMINISTROS MINI BAR Y BAR	$ 2.373,48		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 28 del 2015

6.1.4.3.Gasto Servicios Básicos

Tabla 65: Costos variables, gasto servicios básicos “Elysian Fields Hotel”.

GASTO SERVICIOS BÁSICOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Gas	$ 55,30		$ 55,30		$ 55,30		$ 55,30		$ 55,30		$ 55,30	
Agua potable	$ 280,00	$ 281,12	$ 282,24	$ 283,37	$ 284,51	$ 285,64	$ 286,79	$ 287,93	$ 289,09	$ 290,24	$ 291,40	$ 292,57
Energía eléctrica	$ 300,00	$ 301,20	$ 302,40	$ 303,61	$ 304,83	$ 306,05	$ 307,27	$ 308,50	$ 309,74	$ 310,97	$ 312,22	$ 313,47
Costo telefonía fija	$ 24,00	$ 24,10	$ 24,19	$ 24,29	$ 24,39	$ 24,48	$ 24,58	$ 24,68	$ 24,78	$ 24,88	$ 24,98	$ 25,08
SUBTOTAL GASTO SERVICIOS B.	$ 659,30	$ 606,42	$ 664,14	$ 611,28	$ 669,02	$ 616,18	$ 673,94	$ 621,12	$ 678,90	$ 626,10	$ 683,90	$ 631,11

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 28 del 2015

6.1.4.4.Total Costos Variables

Tabla 66: Costos variables, total costos variables “Elysian Fields Hotel”.

GASTO SUMINISTROS AMENIDADES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
TOTAL COSTOS VARIABLES	$ 659,30	$ 606,42	$ 664,14	$ 611,28	$ 669,02	$ 616,18	$ 673,94	$ 621,12	$ 678,90	$ 626,10	$ 683,90	$ 631,11

TOTAL COSTOS VARIABLES ANUAL	$ 7.741,40

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 28 del 2015

6.1.5. Financiamiento

El total de la inversión para el proyecto (189.871,69 USD), responde a la suma del presupuesto de inversión (muebles y enceres, suministros de oficina, equipos de computación tecnológicos, equipos y menaje de cocina, suministros de Bar y Mini Bar, suministros de amenidades, infraestructura, promoción, uniformes, obligaciones) con un total de 130.943,07 USD, y una provisión del presupuesto de gastos (sueldos, IESS patronal, gasto de servicios básicos, gasto de servicios pre pagados, gasto arriendo) con un total de 58.928,62 USD.

El setenta por ciento de la inversión será asumido por la Corporación Financiera Nacional (CFN) con un total de 132.910,18 USD a ser pagos en un lapso de diez años al 8.33%[12] de interés anual (0,69% mensual) y el monto restante será asumido por los socios con un total de 56.961,51 USD.

Tabla 67: Financiamiento CFN.

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN		$ 130.943,07
PRESUPUESTO DE GASTOS		$ 58.928,62
TOTAL INVERSIÓN		$ 189.871,69
CFN	70%	$ 132.910,18
INVERSIONISTAS	30%	$ 56.961,51

CUOTA ANUAL	SALDO CAPITAL	CAPITAL	INTERÉS	VALOR A PAGAR
1	$ 132.910,18	$ 13.291,02	$ 10.557,64	$ 23.848,66
2	$ 119.619,16	$ 13.291,02	$ 9.451,16	$ 22.742,18
3	$ 106.328,14	$ 13.291,02	$ 8.344,68	$ 21.635,70
4	$ 93.037,13	$ 13.291,02	$ 7.238,21	$ 20.529,22
5	$ 79.746,11	$ 13.291,02	$ 6.131,73	$ 19.422,75
6	$ 66.455,09	$ 13.291,02	$ 5.025,25	$ 18.316,27
7	$ 53.164,07	$ 13.291,02	$ 3.918,77	$ 17.209,79
8	$ 39.873,05	$ 13.291,02	$ 2.812,30	$ 16.103,31
9	$ 26.582,04	$ 13.291,02	$ 1.705,82	$ 14.996,84
10	$ 13.291,02	$ 13.291,02	$ 599,34	$ 13.890,36
TOTAL		$ 132.910,18	$ 55.784,89	$ 188.695,07

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Corporación Financiera Nacional
FECHA: Mayo 28 del 2015

[12] Datos tomados de: CFN (Corporación Financiera Nacional, 2015)

6.1.6. Depreciación de activos fijos

6.1.6.1.Muebles y enceres

Tabla 68: Depreciación muebles y enceres.

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS														
CANTIDAD	ACTIVO	COSTO TOTAL	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
MUEBLES Y ENSERES														
6	Cama de plaza y media (twin) y adicionales 105x190cm	$ 1.200,00	$ 10,00	$ 10,00	$ 10,00	$ 10,00	$ 10,00	$ 10,00	$ 10,00	$ 10,00	$ 10,00	$ 10,00	$ 10,00	$ 10,00
7	Cama de dos plazas y media (queen) 156x200cm	$ 1.575,00	$ 13,13	$ 13,13	$ 13,13	$ 13,13	$ 13,13	$ 13,13	$ 13,13	$ 13,13	$ 13,13	$ 13,13	$ 13,13	$ 13,13
3	Cama de tres plazas (King) 200x200cm	$ 750,00	$ 6,25	$ 6,25	$ 6,25	$ 6,25	$ 6,25	$ 6,25	$ 6,25	$ 6,25	$ 6,25	$ 6,25	$ 6,25	$ 6,25
3	Sofá Cama Milano mrroquí Café plaza y media	$ 1.051,80	$ 8,77	$ 8,77	$ 8,77	$ 8,77	$ 8,77	$ 8,77	$ 8,77	$ 8,77	$ 8,77	$ 8,77	$ 8,77	$ 8,77
55	Mesa de noche	$ 1.925,00	$ 16,04	$ 16,04	$ 16,04	$ 16,04	$ 16,04	$ 16,04	$ 16,04	$ 16,04	$ 16,04	$ 16,04	$ 16,04	$ 16,04
55	Lámpara de mesa de noche	$ 1.097,25	$ 9,14	$ 9,14	$ 9,14	$ 9,14	$ 9,14	$ 9,14	$ 9,14	$ 9,14	$ 9,14	$ 9,14	$ 9,14	$ 9,14
13	Armarios	$ 3.900,00	$ 32,50	$ 32,50	$ 32,50	$ 32,50	$ 32,50	$ 32,50	$ 32,50	$ 32,50	$ 32,50	$ 32,50	$ 32,50	$ 32,50
13	Espejos de Pie	$ 520,00	$ 4,33	$ 4,33	$ 4,33	$ 4,33	$ 4,33	$ 4,33	$ 4,33	$ 4,33	$ 4,33	$ 4,33	$ 4,33	$ 4,33
11	Escritorios	$ 770,00	$ 6,42	$ 6,42	$ 6,42	$ 6,42	$ 6,42	$ 6,42	$ 6,42	$ 6,42	$ 6,42	$ 6,42	$ 6,42	$ 6,42
11	Sillas de escritorio	$ 550,00	$ 4,58	$ 4,58	$ 4,58	$ 4,58	$ 4,58	$ 4,58	$ 4,58	$ 4,58	$ 4,58	$ 4,58	$ 4,58	$ 4,58
13	Portamaletas	$ 390,00	$ 3,25	$ 3,25	$ 3,25	$ 3,25	$ 3,25	$ 3,25	$ 3,25	$ 3,25	$ 3,25	$ 3,25	$ 3,25	$ 3,25
13	Cajas de seguridad	$ 780,00	$ 6,50	$ 6,50	$ 6,50	$ 6,50	$ 6,50	$ 6,50	$ 6,50	$ 6,50	$ 6,50	$ 6,50	$ 6,50	$ 6,50
1	Caja de seguridad (Recepción)	$ 130,00	$ 1,08	$ 1,08	$ 1,08	$ 1,08	$ 1,08	$ 1,08	$ 1,08	$ 1,08	$ 1,08	$ 1,08	$ 1,08	$ 1,08
13	Calentadores - ventiladores	$ 1.117,87	$ 9,32	$ 9,32	$ 9,32	$ 9,32	$ 9,32	$ 9,32	$ 9,32	$ 9,32	$ 9,32	$ 9,32	$ 9,32	$ 9,32
13	Secadodes de cabello	$ 316,16	$ 2,63	$ 2,63	$ 2,63	$ 2,63	$ 2,63	$ 2,63	$ 2,63	$ 2,63	$ 2,63	$ 2,63	$ 2,63	$ 2,63
13	Espejo para baño	$ 160,55	$ 1,34	$ 1,34	$ 1,34	$ 1,34	$ 1,34	$ 1,34	$ 1,34	$ 1,34	$ 1,34	$ 1,34	$ 1,34	$ 1,34
6	Colchón cama de plaza y media	$ 6.000,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00
7	Colchón cama de dos plazas y media	$ 8.400,00	$ 70,00	$ 70,00	$ 70,00	$ 70,00	$ 70,00	$ 70,00	$ 70,00	$ 70,00	$ 70,00	$ 70,00	$ 70,00	$ 70,00
3	Colchón cama de tres plazas	$ 3.960,00	$ 33,00	$ 33,00	$ 33,00	$ 33,00	$ 33,00	$ 33,00	$ 33,00	$ 33,00	$ 33,00	$ 33,00	$ 33,00	$ 33,00
10	Cobertor colchón cama de plaza y media	$ 552,00	$ 4,60	$ 4,60	$ 4,60	$ 4,60	$ 4,60	$ 4,60	$ 4,60	$ 4,60	$ 4,60	$ 4,60	$ 4,60	$ 4,60
10	Cobertor colchón cama de dos plazas y media	$ 563,00	$ 4,69	$ 4,69	$ 4,69	$ 4,69	$ 4,69	$ 4,69	$ 4,69	$ 4,69	$ 4,69	$ 4,69	$ 4,69	$ 4,69
6	Cobertor colchón cama de tres plazas	$ 345,60	$ 2,88	$ 2,88	$ 2,88	$ 2,88	$ 2,88	$ 2,88	$ 2,88	$ 2,88	$ 2,88	$ 2,88	$ 2,88	$ 2,88
10	Juegos sábanas Fioré 1500 hilos cama de plaza y media	$ 1.407,60	$ 11,73	$ 11,73	$ 11,73	$ 11,73	$ 11,73	$ 11,73	$ 11,73	$ 11,73	$ 11,73	$ 11,73	$ 11,73	$ 11,73
10	Juegos sábanas Fioré 1500 hilos cama de dos p	$ 1.564,00	$ 13,03	$ 13,03	$ 13,03	$ 13,03	$ 13,03	$ 13,03	$ 13,03	$ 13,03	$ 13,03	$ 13,03	$ 13,03	$ 13,03
6	Juegos sábanas Fioré 1500 hilos cama de tres p	$ 1.142,40	$ 9,52	$ 9,52	$ 9,52	$ 9,52	$ 9,52	$ 9,52	$ 9,52	$ 9,52	$ 9,52	$ 9,52	$ 9,52	$ 9,52
10	Frazadas cama de plaza y media	$ 329,00	$ 2,74	$ 2,74	$ 2,74	$ 2,74	$ 2,74	$ 2,74	$ 2,74	$ 2,74	$ 2,74	$ 2,74	$ 2,74	$ 2,74
10	Frazadas cama de dos plazas y media	$ 355,00	$ 2,96	$ 2,96	$ 2,96	$ 2,96	$ 2,96	$ 2,96	$ 2,96	$ 2,96	$ 2,96	$ 2,96	$ 2,96	$ 2,96
6	Frazadas cama de tres plazas	$ 226,50	$ 1,89	$ 1,89	$ 1,89	$ 1,89	$ 1,89	$ 1,89	$ 1,89	$ 1,89	$ 1,89	$ 1,89	$ 1,89	$ 1,89
10	Duvet cama de plaza y media	$ 2.005,00	$ 16,71	$ 16,71	$ 16,71	$ 16,71	$ 16,71	$ 16,71	$ 16,71	$ 16,71	$ 16,71	$ 16,71	$ 16,71	$ 16,71
10	Duvet cama de dos plazas y media	$ 2.253,00	$ 18,78	$ 18,78	$ 18,78	$ 18,78	$ 18,78	$ 18,78	$ 18,78	$ 18,78	$ 18,78	$ 18,78	$ 18,78	$ 18,78
6	Duvet cama de tres plazas	$ 1.504,80	$ 12,54	$ 12,54	$ 12,54	$ 12,54	$ 12,54	$ 12,54	$ 12,54	$ 12,54	$ 12,54	$ 12,54	$ 12,54	$ 12,54
48	Almohadas RESTONIC MEMORY FOAM (incluye funda de almohada	$ 1.582,56	$ 13,19	$ 13,19	$ 13,19	$ 13,19	$ 13,19	$ 13,19	$ 13,19	$ 13,19	$ 13,19	$ 13,19	$ 13,19	$ 13,19
16	Rodapie	$ 96,00	$ 0,80	$ 0,80	$ 0,80	$ 0,80	$ 0,80	$ 0,80	$ 0,80	$ 0,80	$ 0,80	$ 0,80	$ 0,80	$ 0,80
16	Juegos de cortinas	$ 1.920,00	$ 16,00	$ 16,00	$ 16,00	$ 16,00	$ 16,00	$ 16,00	$ 16,00	$ 16,00	$ 16,00	$ 16,00	$ 16,00	$ 16,00
32	Foco LED GU10 120V/4.5W/3000K (Baño)	$ 288,00	$ 2,40	$ 2,40	$ 2,40	$ 2,40	$ 2,40	$ 2,40	$ 2,40	$ 2,40	$ 2,40	$ 2,40	$ 2,40	$ 2,40
16	Lámpara colgante 2 luces acabado rústico (habitaciones)	$ 234,40	$ 1,95	$ 1,95	$ 1,95	$ 1,95	$ 1,95	$ 1,95	$ 1,95	$ 1,95	$ 1,95	$ 1,95	$ 1,95	$ 1,95
6	Lámpara de emergencia automática 110-220V. LED.	$ 196,50	$ 1,64	$ 1,64	$ 1,64	$ 1,64	$ 1,64	$ 1,64	$ 1,64	$ 1,64	$ 1,64	$ 1,64	$ 1,64	$ 1,64
11	Lámpara de escritorio flexible 1 luz	$ 98,45	$ 0,82	$ 0,82	$ 0,82	$ 0,82	$ 0,82	$ 0,82	$ 0,82	$ 0,82	$ 0,82	$ 0,82	$ 0,82	$ 0,82
2	Secador de manos acero inoxidable 2300 W	$ 320,00	$ 2,67	$ 2,67	$ 2,67	$ 2,67	$ 2,67	$ 2,67	$ 2,67	$ 2,67	$ 2,67	$ 2,67	$ 2,67	$ 2,67
2	Dispensador jabón líquido	$ 38,60	$ 0,32	$ 0,32	$ 0,32	$ 0,32	$ 0,32	$ 0,32	$ 0,32	$ 0,32	$ 0,32	$ 0,32	$ 0,32	$ 0,32
42	Juegos de toallas (cuerpo, rostro, manos, pies)	$ 1.915,20	$ 15,96	$ 15,96	$ 15,96	$ 15,96	$ 15,96	$ 15,96	$ 15,96	$ 15,96	$ 15,96	$ 15,96	$ 15,96	$ 15,96
15	Dispensador de papel higiénico	$ 325,80	$ 2,72	$ 2,72	$ 2,72	$ 2,72	$ 2,72	$ 2,72	$ 2,72	$ 2,72	$ 2,72	$ 2,72	$ 2,72	$ 2,72
		SUBTOTAL	$ 448,81	$ 448,81	$ 448,81	$ 448,81	$ 448,81	$ 448,81	$ 448,81	$ 448,81	$ 448,81	$ 448,81	$ 448,81	$ 448,81

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 29 del 2015

6.1.6.2.Equipos de computación y tecnológicos

Tabla 69: Depreciación equipos de computación y tecnológicos.

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y TECNOLÓGICOS															
2	Computadoras (DELL INSPIRON 2020 CARACTERISTICAS: Procesador: INTEL CORE i3 2.90GHz Disco Duro: 1000GB Memoria)	$ 1.440,00	$ 40,00	$ 40,00	$ 40,00	$ 40,00	$ 40,00	$ 40,00	$ 40,00	$ 40,00	$ 40,00	$ 40,00	$ 40,00	$ 40,00	$ 40,00
2	Impresoras (CANON MULTIFUNCION CANON MG 2410 MODELO 2014 CON SISTEMA DE TINTA CONTINUA)	$ 120,00	$ 3,33	$ 3,33	$ 3,33	$ 3,33	$ 3,33	$ 3,33	$ 3,33	$ 3,33	$ 3,33	$ 3,33	$ 3,33	$ 3,33	$ 3,33
5	Cámaras seguridad circuito cerrado	$ 2.150,00	$ 59,72	$ 59,72	$ 59,72	$ 59,72	$ 59,72	$ 59,72	$ 59,72	$ 59,72	$ 59,72	$ 59,72	$ 59,72	$ 59,72	$ 59,72
1	Software ISYPLUS para la Gestión Hotelera.	$ 5.000,00	$ 138,89	$ 138,89	$ 138,89	$ 138,89	$ 138,89	$ 138,89	$ 138,89	$ 138,89	$ 138,89	$ 138,89	$ 138,89	$ 138,89	$ 138,89
14	Televisor LED 42"	$ 8.400,00	$ 233,33	$ 233,33	$ 233,33	$ 233,33	$ 233,33	$ 233,33	$ 233,33	$ 233,33	$ 233,33	$ 233,33	$ 233,33	$ 233,33	$ 233,33
13	Téfonos para habitación	$ 389,87	$ 10,83	$ 10,83	$ 10,83	$ 10,83	$ 10,83	$ 10,83	$ 10,83	$ 10,83	$ 10,83	$ 10,83	$ 10,83	$ 10,83	$ 10,83
13	Telefonos para baño	$ 143,00	$ 3,97	$ 3,97	$ 3,97	$ 3,97	$ 3,97	$ 3,97	$ 3,97	$ 3,97	$ 3,97	$ 3,97	$ 3,97	$ 3,97	$ 3,97
1	Video portero eléctrico	$ 210,00	$ 5,83	$ 5,83	$ 5,83	$ 5,83	$ 5,83	$ 5,83	$ 5,83	$ 5,83	$ 5,83	$ 5,83	$ 5,83	$ 5,83	$ 5,83
1	Central telefónica (recepción)	$ 98,50	$ 2,74	$ 2,74	$ 2,74	$ 2,74	$ 2,74	$ 2,74	$ 2,74	$ 2,74	$ 2,74	$ 2,74	$ 2,74	$ 2,74	$ 2,74
	SUBTOTAL		$ 498,65	$ 498,65	$ 498,65	$ 498,65	$ 498,65	$ 498,65	$ 498,65	$ 498,65	$ 498,65	$ 498,65	$ 498,65	$ 498,65	$ 498,65

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 29 del 2015

6.1.6.3.Equipos de cocina

Tabla 70: Depreciación equipos de cocina.

EQUIPOS DE COCINA															
2	Microondas 1000W Modelo: 40819. 1000 Wats. Capacidad 0.9 pies cúbicos. Pantalla digital y temporizador	$ 300,00	$ 2,50	$ 2,50	$ 2,50	$ 2,50	$ 2,50	$ 2,50	$ 2,50	$ 2,50	$ 2,50	$ 2,50	$ 2,50	$ 2,50	$ 2,50
1	Maquina de café expresso y capuccino compacta automática	$ 2.500,00	$ 20,83	$ 20,83	$ 20,83	$ 20,83	$ 20,83	$ 20,83	$ 20,83	$ 20,83	$ 20,83	$ 20,83	$ 20,83	$ 20,83	$ 20,83
2	Licuadoras 32oz Modelo BB150S. 2 velocidades	$ 240,00	$ 2,00	$ 2,00	$ 2,00	$ 2,00	$ 2,00	$ 2,00	$ 2,00	$ 2,00	$ 2,00	$ 2,00	$ 2,00	$ 2,00	$ 2,00
2	Cocina de inducción 4 hornillas	$ 700,00	$ 5,83	$ 5,83	$ 5,83	$ 5,83	$ 5,83	$ 5,83	$ 5,83	$ 5,83	$ 5,83	$ 5,83	$ 5,83	$ 5,83	$ 5,83
2	Refrigerador no frost 2 puertas	$ 800,00	$ 6,67	$ 6,67	$ 6,67	$ 6,67	$ 6,67	$ 6,67	$ 6,67	$ 6,67	$ 6,67	$ 6,67	$ 6,67	$ 6,67	$ 6,67
2	Campanas extractoras de olores	$ 600,00	$ 5,00	$ 5,00	$ 5,00	$ 5,00	$ 5,00	$ 5,00	$ 5,00	$ 5,00	$ 5,00	$ 5,00	$ 5,00	$ 5,00	$ 5,00
	SUBTOTAL		$ 42,83	$ 42,83	$ 42,83	$ 42,83	$ 42,83	$ 42,83	$ 42,83	$ 42,83	$ 42,83	$ 42,83	$ 42,83	$ 42,83	$ 42,83

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 29 del 2015

6.1.6.4.Menaje de cocina

Tabla 71: Depreciación menaje de cocina.

MENAJE DE COCINA																	
2	Espatulas De Acero Inox.	$ 6,62	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06
2	Espumadera Redonda de malla 16.5 cm diám.	$ 5,18	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04
1	Abrelatas manual en acero inox.	$ 6,84	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06	$ 0,06
3	Tablas para picar	$ 67,14	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56
1	Conjunto de 10 cuchillos	$ 142,98	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19
1	Chafer capacidad 7.5 litros y 6.5 cm profundidad	$ 57,37	$ 0,48	$ 0,48	$ 0,48	$ 0,48	$ 0,48	$ 0,48	$ 0,48	$ 0,48	$ 0,48	$ 0,48	$ 0,48	$ 0,48	$ 0,48	$ 0,48	$ 0,48
3	Cucharas para salsa	$ 13,59	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11
20	Servilleteros de acero inox. Acabado brillante	$ 119,20	$ 0,99	$ 0,99	$ 0,99	$ 0,99	$ 0,99	$ 0,99	$ 0,99	$ 0,99	$ 0,99	$ 0,99	$ 0,99	$ 0,99	$ 0,99	$ 0,99	$ 0,99
2	Dispensadores de palillos	$ 20,02	$ 0,17	$ 0,17	$ 0,17	$ 0,17	$ 0,17	$ 0,17	$ 0,17	$ 0,17	$ 0,17	$ 0,17	$ 0,17	$ 0,17	$ 0,17	$ 0,17	$ 0,17
3	Jarras lecheras	$ 38,13	$ 0,32	$ 0,32	$ 0,32	$ 0,32	$ 0,32	$ 0,32	$ 0,32	$ 0,32	$ 0,32	$ 0,32	$ 0,32	$ 0,32	$ 0,32	$ 0,32	$ 0,32
3	Salseras	$ 4,95	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04	$ 0,04
3	Tenazas multiuso	$ 13,77	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11	$ 0,11
3	Jarras térmicas	$ 44,19	$ 0,37	$ 0,37	$ 0,37	$ 0,37	$ 0,37	$ 0,37	$ 0,37	$ 0,37	$ 0,37	$ 0,37	$ 0,37	$ 0,37	$ 0,37	$ 0,37	$ 0,37
3	Charoles de fibra de vidrio	$ 169,77	$ 1,41	$ 1,41	$ 1,41	$ 1,41	$ 1,41	$ 1,41	$ 1,41	$ 1,41	$ 1,41	$ 1,41	$ 1,41	$ 1,41	$ 1,41	$ 1,41	$ 1,41
50	Cuchara Bellini/ San't Andrea para sopa	$ 101,50	$ 0,85	$ 0,85	$ 0,85	$ 0,85	$ 0,85	$ 0,85	$ 0,85	$ 0,85	$ 0,85	$ 0,85	$ 0,85	$ 0,85	$ 0,85	$ 0,85	$ 0,85
50	Tenedor Bellini/ San't Andrea postre entrada	$ 104,50	$ 0,87	$ 0,87	$ 0,87	$ 0,87	$ 0,87	$ 0,87	$ 0,87	$ 0,87	$ 0,87	$ 0,87	$ 0,87	$ 0,87	$ 0,87	$ 0,87	$ 0,87
50	Cuchillo Bellini/ San't Andrea postre entrada	$ 89,50	$ 0,75	$ 0,75	$ 0,75	$ 0,75	$ 0,75	$ 0,75	$ 0,75	$ 0,75	$ 0,75	$ 0,75	$ 0,75	$ 0,75	$ 0,75	$ 0,75	$ 0,75
50	Tazas de té 23 cl	$ 142,50	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19	$ 1,19
50	Taza aroma tinto	$ 144,00	$ 1,20	$ 1,20	$ 1,20	$ 1,20	$ 1,20	$ 1,20	$ 1,20	$ 1,20	$ 1,20	$ 1,20	$ 1,20	$ 1,20	$ 1,20	$ 1,20	$ 1,20
5	Jarras de cristal	$ 31,50	$ 0,26	$ 0,26	$ 0,26	$ 0,26	$ 0,26	$ 0,26	$ 0,26	$ 0,26	$ 0,26	$ 0,26	$ 0,26	$ 0,26	$ 0,26	$ 0,26	$ 0,26
25	Copas flauta	$ 84,75	$ 0,71	$ 0,71	$ 0,71	$ 0,71	$ 0,71	$ 0,71	$ 0,71	$ 0,71	$ 0,71	$ 0,71	$ 0,71	$ 0,71	$ 0,71	$ 0,71	$ 0,71
25	Copas tulipe vino tinto	$ 93,25	$ 0,78	$ 0,78	$ 0,78	$ 0,78	$ 0,78	$ 0,78	$ 0,78	$ 0,78	$ 0,78	$ 0,78	$ 0,78	$ 0,78	$ 0,78	$ 0,78	$ 0,78
25	Copas tulipe vino blanco	$ 100,75	$ 0,84	$ 0,84	$ 0,84	$ 0,84	$ 0,84	$ 0,84	$ 0,84	$ 0,84	$ 0,84	$ 0,84	$ 0,84	$ 0,84	$ 0,84	$ 0,84	$ 0,84
25	Vasos cerveceros	$ 67,00	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56	$ 0,56
5	Bowls bajos	$ 19,65	$ 0,16	$ 0,16	$ 0,16	$ 0,16	$ 0,16	$ 0,16	$ 0,16	$ 0,16	$ 0,16	$ 0,16	$ 0,16	$ 0,16	$ 0,16	$ 0,16	$ 0,16
50	Platos para entrada	$ 263,50	$ 2,20	$ 2,20	$ 2,20	$ 2,20	$ 2,20	$ 2,20	$ 2,20	$ 2,20	$ 2,20	$ 2,20	$ 2,20	$ 2,20	$ 2,20	$ 2,20	$ 2,20
50	Platos tendidos	$ 461,50	$ 3,85	$ 3,85	$ 3,85	$ 3,85	$ 3,85	$ 3,85	$ 3,85	$ 3,85	$ 3,85	$ 3,85	$ 3,85	$ 3,85	$ 3,85	$ 3,85	$ 3,85
50	Vasos princesa	$ 78,50	$ 0,65	$ 0,65	$ 0,65	$ 0,65	$ 0,65	$ 0,65	$ 0,65	$ 0,65	$ 0,65	$ 0,65	$ 0,65	$ 0,65	$ 0,65	$ 0,65	$ 0,65
13	Refigeradoras pequeñas	$ 1.690,00	$ 14,08	$ 14,08	$ 14,08	$ 14,08	$ 14,08	$ 14,08	$ 14,08	$ 14,08	$ 14,08	$ 14,08	$ 14,08	$ 14,08	$ 14,08	$ 14,08	$ 14,08
7	Mesas para desayuno con respectivas sillas	$ 560,00	$ 4,67	$ 4,67	$ 4,67	$ 4,67	$ 4,67	$ 4,67	$ 4,67	$ 4,67	$ 4,67	$ 4,67	$ 4,67	$ 4,67	$ 4,67	$ 4,67	$ 4,67
2	Sartén de Inducción Trabajo pesado. De acero inox. Mango de silicon. capacidad 4.3	$ 107,18	$ 0,89	$ 0,89	$ 0,89	$ 0,89	$ 0,89	$ 0,89	$ 0,89	$ 0,89	$ 0,89	$ 0,89	$ 0,89	$ 0,89	$ 0,89	$ 0,89	$ 0,89
50	Cucharitas Bellini/ San't Andrea para café tamaño americano	$ 68,00	$ 0,57	$ 0,57	$ 0,57	$ 0,57	$ 0,57	$ 0,57	$ 0,57	$ 0,57	$ 0,57	$ 0,57	$ 0,57	$ 0,57	$ 0,57	$ 0,57	$ 0,57
1	Bombona Industrial	$ 200,00	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67
	SUBTOTAL	$ 42,64	$ 42,64	$ 42,64	$ 42,64	$ 42,64	$ 42,64	$ 42,64	$ 42,64	$ 42,64	$ 42,64	$ 42,64	$ 42,64	$ 42,64	$ 42,64	$ 42,64	$ 42,64

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 29 del 2015

6.1.6.5.Infraestructura

Tabla 72: Depreciación infraestructura.

INFRAESTRUCTURA																	
13	Cabinas duchas (Hidromasaje)	$ 11.700,00	$ 48,75	$ 48,75	$ 48,75	$ 48,75	$ 48,75	$ 48,75	$ 48,75	$ 48,75	$ 48,75	$ 48,75	$ 48,75	$ 48,75	$ 48,75	$ 48,75	$ 48,75
16	Sistemas de extracción de olor	$ 399,84	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67	$ 1,67
		SUBTOTAL	$ 50,42	$ 50,42	$ 50,42	$ 50,42	$ 50,42	$ 50,42	$ 50,42	$ 50,42	$ 50,42	$ 50,42	$ 50,42	$ 50,42	$ 50,42	$ 50,42	$ 50,42

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 29 del 2015

6.1.6.6.Uniformes

Tabla 73: Depreciación uniformes colaboradores.

UNIFORMES																	
4	Recepcionistas	$ 128,00	$ 10,67	$ 10,67	$ 10,67	$ 10,67	$ 10,67	$ 10,67	$ 10,67	$ 10,67	$ 10,67	$ 10,67	$ 10,67	$ 10,67	$ 10,67	$ 10,67	$ 10,67
3	Camareras	$ 76,20	$ 6,35	$ 6,35	$ 6,35	$ 6,35	$ 6,35	$ 6,35	$ 6,35	$ 6,35	$ 6,35	$ 6,35	$ 6,35	$ 6,35	$ 6,35	$ 6,35	$ 6,35
		SUBTOTAL	$ 17,02	$ 17,02	$ 17,02	$ 17,02	$ 17,02	$ 17,02	$ 17,02	$ 17,02	$ 17,02	$ 17,02	$ 17,02	$ 17,02	$ 17,02	$ 17,02	$ 17,02

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 29 del 2015

6.1.7. Proyección de ventas

6.1.7.1. Alojamiento

Para el cálculo de la estimación de ocupación en el primer periodo se procedió a realizar la siguiente operación, la cual toma en cuenta los datos de la demanda potencial: 861 personas, luego se procedió a dividir este valor para el aforo en habitaciones: 28 personas. La fórmula proyectó el 31% de ocupación para el primer año.

Tabla 74: Proyección de ventas alojamiento primer periodo, 31% de ocupación.

# HABITACIONES	TIPO DE HABITACIÓN	TARIFA PROMEDIO	HABITACIONES DISPONIBLES AL MES	OCUPACIÓN 31%	VENTA MENSUAL
1	Traveller Single Room (TSR)	$ 70,97	30	9	$ 660,02
1	Traveller Double Room (TDR)	$ 70,97	30	9	$ 660,02
2	Double Room (DR)	$ 109,08	60	19	$ 2.028,89
4	Double Room Charme (DRC)	$ 109,08	120	37	$ 4.057,78
2	Twin Room (TR)	$ 109,08	60	19	$ 2.028,89
2	Suite (S)	$ 147,78	60	19	$ 2.748,71
1	Apartment (A)	$ 187,43	30	9	$ 1.743,10

VENTA MENSUAL POR ALOJAMIENTO	$ 13.927,40
VENTA ANUAL POR ALOJAMIENTO	$ 167.128,81

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 29 del 2015

Para el cálculo de la tasa de ocupación del segundo periodo, se procedió a tomar la tasa de ocupación hotelera en establecimientos de lujo, la cual responde al 70%. Por lo tanto para la proyección del segundo año la tasa de ocupación hotelera en el proyecto corresponde al 55%.

Tabla 75: Proyección de ventas alojamiento segundo periodo, 55% de ocupación.

# HABITACIONES	TIPO DE HABITACIÓN	TARIFA PROMEDIO	HABITACIONES DISPONIBLES AL MES	OCUPACIÓN 55%	VENTA MENSUAL
1	Traveller Single Room (TSR)	$ 70,97	30	16,5	$ 1.171,01
1	Traveller Double Room (TDR)	$ 70,97	30	16,5	$ 1.171,01
2	Double Room (DR)	$ 109,08	60	33	$ 3.599,64
4	Double Room Charme (DRC)	$ 109,08	120	66	$ 7.199,28
2	Twin Room (TR)	$ 109,08	60	33	$ 3.599,64
2	Suite (S)	$ 147,78	60	33	$ 4.876,74
1	Apartment (A)	$ 187,43	30	16,5	$ 3.092,60

VENTA MENSUAL POR ALOJAMIENTO	$	24.709,91
VENTA ANUAL POR ALOJAMIENTO	$	296.518,86

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 29 del 2015

Para los periodos restantes, se incrementó la tasa de ocupación en base a la inflación anual de abril del 2015 basada en el reporte mensual del Banco Central Del Ecuador ubicada en el 4.32%[13].

6.1.7.2.Bar

Para las proyecciones del área del Bar se tomó en cuenta cuatro factores: el primero, el aforo del mismo con un total de 28 personas. En segundo lugar se tomaron en cuenta, los espectáculos de "*Liberty Nights*" dos veces por semana. En tercer lugar, se utilizó el porcentaje de ocupación hotelera en habitaciones y por último se incluyó un consumo mínimo de 20,00 USD por persona, obteniendo los siguientes resultados.

Tabla 76: Proyección de ventas Bar.

AFORO	FUNCIONES /SEMANA	CONSUMO MÍNIMO	PERIODO	% OCUPACIÓN	PERSONAS AL DIA	VENTA DIARIA	PERSONAS AL MES	VENTA MENSUAL	PERSONAS AL AÑO	VENTA ANUAL
28	2	$ 20,00	AÑO 1	31%	9	$ 173,60	69	$ 1.388,80	833	$ 16.665,60
			AÑO 2	55%	15	$ 308,00	123	$ 2.464,00	1478	$ 29.568,00
			AÑO 3	54,32%	15	$ 304,19	122	$ 2.433,54	1460	$ 29.202,43
			AÑO 4	58,64%	16	$ 328,38	131	$ 2.627,07	1576	$ 31.524,86
			AÑO 5	62,96%	18	$ 352,58	141	$ 2.820,61	1692	$ 33.847,30

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 29 del 2015

[13] Datos tomados de: BCE (Banco Central del Ecuador, 2015)

6.1.8. Flujo de caja anual

Con los datos antes expuestos se procedió a elaborar el flujo de caja proyectado a cinco años con los ingresos y egresos correspondientes, basándose en una ocupación inicial del 31%, con un incremento del 24% para el segundo periodo y un aumento sostenido del 4.32% para el periodo cuatro y cinco, fundado en el porcentaje de inflación de abril del 2015 para Ecuador.

Tabla 77: Flujo de caja anual.

FLUJO DE CAJA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
TASA DE OCUPACIÓN		**31%**	**55%**	**59,32%**	**63,64%**	**67,96%**
Traveller Single Room (TSR)		$ 7.920,25	$ 14.052,06	$ 14.659,11	$ 15.292,38	$ 15.953,01
Traveller Double Room (TDR)		$ 7.920,25	$ 14.052,06	$ 14.659,11	$ 15.292,38	$ 15.953,01
Double Room (DR)		$ 24.346,66	$ 43.195,68	$ 45.061,73	$ 47.008,40	$ 49.039,16
Double Room Charme (DRC)		$ 48.693,31	$ 86.391,36	$ 90.123,47	$ 94.016,80	$ 98.078,33
Twin Room (TR)		$ 24.346,66	$ 43.195,68	$ 45.061,73	$ 47.008,40	$ 49.039,16
Suite (S)		$ 32.984,50	$ 58.520,88	$ 61.048,98	$ 63.686,30	$ 66.437,55
Apartment (A)		$ 20.917,19	$ 37.111,14	$ 38.714,34	$ 40.386,80	$ 42.131,51
Liberty Nights (Espectáculos)		$ 16.665,60	$ 29.568,00	$ 29.202,43	$ 31.524,86	$ 33.847,30
Prestamo bancario	$ 132.910,18					
Aporte Socios Capital Popio	$ 56.961,51					
TOTAL INGRESOS		**$ 183.794,41**	**$ 326.086,86**	**$ 338.530,91**	**$ 354.216,33**	**$ 370.479,03**
EGRESOS						
OPERACIONALES						
SUELDOS		$ 53.412,36	$ 55.081,12	$ 56.736,41	$ 58.459,91	$ 60.254,41
IESS PATRONAL		$ 5.955,48	$ 6.141,54	$ 6.326,11	$ 6.518,28	$ 6.718,37
FONDOS DE RESERVA		$ -	$ 4.590,09	$ 4.728,03	$ 4.871,66	$ 5.021,20
DÉCIMO TERCER SUELDO		$ -	$ 4.590,09	$ 4.728,03	$ 4.871,66	$ 5.021,20
DÉCIMO CUARTO SUELDO		$ -	$ 3.348,09	$ 3.486,03	$ 3.629,66	$ 3.779,20
VACACIONES		$ -	$ 2.295,05	$ 2.364,02	$ 2.435,83	$ 2.510,60
GASTO SERVICIOS BÁSICOS		$ 7.741,40	$ 9.212,27	$ 9.610,24	$ 10.025,40	$ 10.458,50
GASTO SERVICIO PREPAGO		$ 8.748,00	$ 8.748,00	$ 8.748,00	$ 8.748,00	$ 8.748,00
OBLIGACIONES		$ 355,00	$ 355,00	$ 355,00	$ 355,00	$ 355,00
GASTO ARRIENDO		$ 42.000,00	$ 42.000,00	$ 42.000,00	$ 42.000,00	$ 42.000,00
GASTO MANTENIMIENTO		$ 3.600,00	$ 3.600,00	$ 3.600,00	$ 3.600,00	$ 3.600,00
SUBTOTAL TOTAL GASTOS OPERACIONALES		**$ 121.812,24**	**$ 139.961,26**	**$ 142.681,88**	**$ 145.515,40**	**$ 148.466,48**
INVERSIÓN						
MUEBLES Y ENSERES	$ 53.857,04					
SUMINISTROS DE OFICINA	$ 1.136,25		$ 1.352,14	$ 1.410,55	$ 1.471,49	$ 1.535,05
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y TECNOLÓGICOS	$ 17.951,37					
EQUIPOS DE COCINA	$ 5.140,00					
MENAJE DE COCINA	$ 4.917,33					
SUMINISTROS MINIBAR Y BAR	$ 2.373,48		$ 2.824,44	$ 2.946,46	$ 3.073,74	$ 3.206,53
SUMINISTROS DE AMENIDADES	$ 11.598,62		$ 13.802,35	$ 14.398,61	$ 15.020,63	$ 15.669,53
INFRAESTRUCTURA	$ 12.099,84					
PROMOCIÓN	$ 20.109,94		$ 16.087,95	$ 12.870,36	$ 10.296,29	$ 8.237,03
UNIFORMES	$ 204,20		$ 213,02	$ 222,22	$ 231,82	$ 241,84
GASTO DE CONSTITUCIÓN	$ 1.200,00					
SUBTOTAL TOTAL GASTO INVERSIÓN	**$ 130.588,07**		**$ 34.279,90**	**$ 31.848,21**	**$ 30.093,98**	**$ 28.889,98**
FINANCIAMIENTO						
CAPITAL POR PAGAR		$ 13.291,02	$ 13.291,02	$ 13.291,02	$ 13.291,02	$ 13.291,02
INTERÉS POR PAGAR		$ 10.557,64	$ 9.451,16	$ 8.344,68	$ 7.238,21	$ 6.131,73
SUBTOTAL GASTO FINANCIAMIENTO		**$ 23.848,66**	**$ 22.742,18**	**$ 21.635,70**	**$ 20.529,22**	**$ 19.422,75**
TOTAL EGRESOS		**$ 145.660,89**	**$ 196.983,34**	**$ 196.165,79**	**$ 196.138,60**	**$ 196.779,21**
FLUJO DE CAJA	**$ (130.588,07)**	**$ 38.133,52**	**$ 129.103,52**	**$ 142.365,12**	**$ 158.077,73**	**$ 173.699,82**

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		$ 38.133,52	$ 129.103,52	$ 142.365,12	$ 158.077,73	$ 173.699,82
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	15%	$ 5.720,03	$ 19.365,53	$ 21.354,77	$ 23.711,66	$ 26.054,97
IMPUESTO A LA RENTA	23%	$ 7.455,10	$ 25.239,74	$ 27.832,38	$ 30.904,20	$ 33.958,32
UTILIDAD NETA		**$ 24.958,39**	**$ 84.498,25**	**$ 93.177,97**	**$ 103.461,87**	**$ 113.686,53**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 29 del 2015

6.1.9. Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)

Con los flujos de caja obtenidos en los cinco periodos se procedió al análisis financiero aplicando al proyecto el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno, obteniendo los siguientes datos:

Tabla 78: VAN Y TIR.

Cálculo del VAN y TIR:							
PROYECTO	Tasa de descuento	Desembolso Inicial	Flujo de caja 1	Flujo de caja 2	Flujo de caja 3	Flujo de caja 4	Flujo de caja 5
Elisyan Fields Hotel	8,33%	$ (189.871,69)	$ 24.958,39	$ 84.498,25	$ 93.177,97	$ 103.461,87	$ 113.686,53

PROYECTOS =	A
Valor actualizado Neto VAN =	$ 129.791,21
Tasa Interna de Retorno TIR =	27,40%

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 29 del 2015

6.1.10. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Realizado el análisis financiero, se pudo estimar el tiempo de recuperación de la inversión del proyecto en un lapso de dos años con once meses, expuesto en la tabla siguiente:

Tabla 79: Periodo de recuperación de la inversión.

PERIODO DE LA RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)												
INVERSIÓN	$ 189.871,69	2 AÑOS, 11 MESES										
		MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
AÑO 1	$ 24.958,39	$ 2.079,87	$ 2.079,87	$ 2.079,87	$ 2.079,87	$ 2.079,87	$ 2.079,87	$ 2.079,87	$ 2.079,87	$ 2.079,87	$ 2.079,87	$ 2.079,87	$ 2.079,87
AÑO 2	$ 84.498,25	$ 7.041,52	$ 7.041,52	$ 7.041,52	$ 7.041,52	$ 7.041,52	$ 7.041,52	$ 7.041,52	$ 7.041,52	$ 7.041,52	$ 7.041,52	$ 7.041,52	$ 7.041,52
AÑO 3	$ 93.177,97	$ 7.764,83	$ 7.764,83	$ 7.764,83	$ 7.764,83	$ 7.764,83	$ 7.764,83	$ 7.764,83	$ 7.764,83	$ 7.764,83	$ 7.764,83	$ 7.764,83	

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 29 del 2015

6.1.11. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio en unidades monetarias para el proyecto "Elysian Fields Hotel" se estima en 169.790,29 USD, dónde se cubren costos fijos y variables con ventas anuales de 183.794,41 USD en el primer periodo, reflejado en el flujo de caja anual.

Tabla 80: Punto de equilibrio.

PUNTO DE EQULIBRIO ANUAL EN UNIDADES MONETARIAS			
COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	VENTAS ANUALES	VENTA DE EQUILIBRIO ANUALES
$ 148.594,99	$ 7.741,40	$ 183.794,41	$ 155.129,01

COMPROBACIÓN	
INGRESO POR VENTAS	$ 155.129,01
(-) COSTO VARIABLE ((1))	$ 6.534,02
(=) MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	$ 148.594,99
(-) COSTO FIJO	$ 148.594,99
RESULTADO	$ -
((1))	0,042119895

PUNTO DE EQULIBRIO MENSUAL EN UNIDADES MONETARIAS				
MES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	VENTAS MENSUALES	VENTA DE EQUILIBRIO
1	$ 13.495,80	$ 659,30	$ 15.316,20	$ 14.102,87
2	$ 12.320,16	$ 606,42	$ 15.316,20	$ 12.828,07
3	$ 12.312,48	$ 664,14	$ 15.316,20	$ 12.870,57
4	$ 12.304,80	$ 611,28	$ 15.316,20	$ 12.816,30
5	$ 12.297,11	$ 669,02	$ 15.316,20	$ 12.858,79
6	$ 12.289,43	$ 616,18	$ 15.316,20	$ 12.804,56
7	$ 12.281,74	$ 673,94	$ 15.316,20	$ 12.847,04
8	$ 12.274,06	$ 621,12	$ 15.316,20	$ 12.792,85
9	$ 12.266,38	$ 678,90	$ 15.316,20	$ 12.835,31
10	$ 12.258,69	$ 626,10	$ 15.316,20	$ 12.781,16
11	$ 12.251,01	$ 683,90	$ 15.316,20	$ 12.823,61
12	$ 12.243,33	$ 631,11	$ 15.316,20	$ 12.769,50

COMPROBACIÓN		
INGRESO POR VENTAS		$ 12.769,50
(-) COSTO VARIABLE ((1))		$ 526,18
(=) MARGEN DE CONTRIBUCIÓN		$ 12.243,33
(-) COSTO FIJO		$ 12.243,33
RESULTADO		$ -
((1))	0,041205646	

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 29 del 2015

6.1.12. Estado de Situación Inicial

El estado de situación inicial del proyecto "Elysian Fields Hotel" empieza con una inversión inicial de 189,871.69 USD, los cuales se dividen en activos, pasivos y aporte patrimonial, a continuación la descripción:

Tabla 81: Estado de Situación Inicial.

PRÉSTAMO CFN	$ 132.910,18
ACTIVOS ADQUIRIDOS CON PRESTAMO CFN	$ 130.943,07
SALDO DE PRÉSTAMO DESTINADO A CAJA	$ 1.967,11

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
BANCOS	$ 56.961,51		
CAJA	$ 1.967,11	DOCUMENTOS POR PAGAR	$ 132.910,18
MUEBLES Y ENSERES	$ 53.857,04		
SUMINISTROS DE OFICINA	$ 1.136,25	TOTAL PASIVO	$ 132.910,18
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y TECNOLÓGICOS	$ 17.951,37		
EQUIPOS DE COCINA	$ 5.140,00		
MENAJE DE COCINA	$ 4.917,33	PATRIMONIO	
SUMINISTROS MINIBAR Y BAR	$ 2.373,48		
SUMINISTROS DE AMENIDADES	$ 11.598,62	APORTE CAPITAL SOCIOS	$ 56.961,51
INFRAESTRUCTURA	$ 12.099,84		
PROMOCIÓN	$ 20.109,94	TOTAL PATRIMONIO	$ 56.961,51
UNIFORMES	$ 204,20		
OBLIGACIONES	$ 1.555,00		
TOTAL ACTIVO	$ 189.871,69	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	$ 189.871,69

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Mayo 30 del 2015

CONCLUSIONES

La evaluación del Proyecto "ANÁLISIS DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE ENFOCADO AL SEGMENTO GLBTI EN EL SECTOR CENTRO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA"., luego del análisis de los aspectos más explicativos del Estudio de Mercado, del Mix de Marketing, del Estudio Técnico y del Estudio Financiero, revelaron la factibilidad del mismo, de tal manera que se basó en resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable.

Además resulta significativo mencionar la importancia del aprovisionamiento para cubrir gastos de menor escala como: arriendos, obligaciones, servicios pre pagados, servicios básicos, IESS patronal y sueldos durante los seis primeros meses de actividad del establecimiento, con el propósito de suministrar los servicios adecuados para su normal funcionamiento hasta lograr obtener la liquidez oportuna indicada en la proyección de ventas.

El tiempo de recuperación de la inversión (PRI), indica que los flujos netos de efectivo invertidos al inicio del proyecto, se recobrarán en un lapso de dos años con once meses, convirtiéndose así en un plan con liquidez en el corto plazo además de optimizar el proceso en la toma de decisiones.

En cuanto a la localización del proyecto, la célebre zona turística de "La Mariscal", en el centro norte del Distrito Metropolitano de Quito, es una zona donde la urbe muestra su reconocida tolerancia y actitud abierta hacia la sexualidad, la mayoría de los establecimientos dirigidos al segmento GLBTI, se encuentran allí. Por otro lado es importante mencionar que luego de la despenalización de la homosexualidad en el año de 1997, la cual castigaba con prisión a quienes la practicaban, según el Código Penal, nuestro país en los últimos años, ha manifestado la inclusión en diversos cuerpos legales de la no discriminación por orientación sexual, la inclusión de la identidad de género; la legalización de las uniones de hecho entre personas del mismo sexo, la tipificación de crímenes de odio por orientación sexual, entre otras, reflejadas en la constitución del año 2008 mediante la equidad de género. Por instancia una de las finalidades de este proyecto es incluir a este nuevo segmento de consumidores en una nueva generación de servicio hotelero.

RECOMENDACIONES

Se propone tomar esta tesis en cuenta como base de estudios posteriores que promuevan y desarrollen la actividad turística y hotelera en el Ecuador.

En cuanto al estudio de mercado se recomienda realizar un análisis exhaustivo sobre los gustos y preferencias de esta nueva tipología de huéspedes, la cual está revolucionando la industria hotelera en América Latina, con la finalidad de ofrecer un servicio acorde a los estándares requeridos actualmente.

En base a las nuevas herramientas de comunicación global, que permiten un desarrollo eficiente de la hotelería, se recomienda a los colaboradores internos encargados, priorizar los planes de promoción con el uso de la internet como medio de transferencia de información turística que posee y poseerá un gran potencial, debido al volumen de información que éste maneja.

Financieramente se recomienda evaluar la inversión inicial, así como su debida clasificación de costos fijos y variables, de tal manera que en la aplicación diaria del servicio, el proyecto logre sobrepasar el punto de equilibrio, para luego obtener la liquidez proyectada.

Con respecto al personal, es necesario contratar en todo momento mano de obra capacitada, esto garantiza el servicio de lujo que como hotel boutique se quiere ofrecer

ANEXOS

1. Encuesta Turistas Nacionales y Extranjeros



Encuesta (Survey)

Buenos dias/tardes/noches

Por favor, ¿seria tan amable de contestar las siguientes preguntas?, el cuestionario dura 5 minutos aproximadamente. Gracias

Good morning/afternoon/night

Please answer the following questions. The questionnaire takes about 5 minutes. Thank You!

*Obligatorio

Edad (Age): *

Nacionalidad (citizenship): *

Ciudad (City): *

Sexo (Gender): *

Orientación sexual (Sexual Orientation) *

- Heterosexual (Heterosexual)
- Homosexual (Homosexual)
- Bisexual (Bisexual)

Escolaridad (Level of education) *

- Básica (Basic education)
- Secundaria (High school)
- Superior (College)
- Postgrado (Graduate)

Ocupación (Occupation) *

Usted como sujeto heterosexual (Si aplica), ¿Estaría dispuesto a hospedarse en un hotel destinado al segmento GLBTI? / You as heterosexual individual (if applicable) Would you be willing to stay in a hotel focused to LGBTI segment? *

- ○ Si (Yes)
- ○ No (Not)

Cuando usted visita Quito, ¿A qué sector de la ciudad le gusta llegar?/ When you visit Quito, what part of the city do you prefer to arrive? *

- ○ Sur (South)
- ○ Centro Histórico (Quito's old town)
- ○ Mariscal (Mariscal sector)
- ○ Norte (North)

¿Cuál es su motivo de viaje? / What is your reason for travel? *

- ☐ Negocios (Business)
- ☐ Turismo (Tourism)
- ☐ Congresos (Conventions)
- ☐ Compras (Shopping)
- ☐ Estudios (Studies)
- ☐ Visita a familiares / Amigos (Visit to Family / Friends)

¿Cuántos días suele hospedarse cuando realiza un viaje? /How many days do you usually stay in a hotel when you make a trip? *

- ○ 1-2 días (Days)
- ○ 3-4 días (Days)
- ○ 5-7 días (Days)
- ○ 7 o más días (more than seven days)

¿Qué medios utiliza usted para escoger un hotel cuando quiere hospedarse?/ What resources do you use to locate a hotel? *

- ○ Radio (Radio)
- ○ Prensa (Press)
- ○ Internet (Internet)
- ○ Televisión (Television)
- ○ Amistades y familiares (Friends or family recommendations)

¿Qué servicios son apreciados por usted en un hotel?, señale del 1 (menor importancia) al 5 (mayor importancia) los siguientes aspectos. / What services do you appreciate in a hotel? Point 1 (minor) to 5 (most important) the following aspects. *

	1	2	3	4	5
Amenities eco concept (Eco concept amenities)	○	○	○	○	○
Acondicionamiento térmico en habitaciones (thermal conditioning in rooms)	○	○	○	○	○
Lencería de cama de seda (silk bed linen)	○	○	○	○	○
Jacuzzi (Jacuzzi)	○	○	○	○	○
Almohadas terapéuticas (therapeutic pillows)	○	○	○	○	○

¿Qué actividades culturales de entretenimiento GLBTI apreciaría usted en un hotel? / What LGBT cultural entertainment activities would you appreciate in a hotel?

- ☐ Teatro Drag (Theatre Drag)
- ☐ Biblioteca (GLBTI) (LGBT Library)
- ☐ Cine GLBTI (LGBT Cinema)
- ☐ Galería de arte GLBTI (LGBT Art Gallery)
- ☐ Espectáculos musicales (Musicals)

Enviar

100%: has terminado.

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

2. Resultado de las encuestas variable edad.

Edad (Age)	Nº de encuestas	Porcentaje
18 a 25 años	101	33,67
26 a 35 años	123	41,00
36 a 45 años	58	19,33
46 años en adelante	18	6,00
Total	300	100,00

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

3. Resultado de las encuestas variable nacionalidad.

Nacionalidad (Citizenship)	Nº de encuestas	Porcentaje
Ecuatoriano	214	71,33
Norteamericano	44	14,67
Europeo	19	6,33
Sudamericano	23	7,67
Total	300	100

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

4. Resultado de las encuestas variable sexo

Sexo (Gender)	Nº de encuestas	Porcentaje
Masculino (Male)	206	68,67
Femenino (Female)	94	31,33
Total	300	100,00

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

5. Resultado de las encuestas variable orientación sexual

Orientación Sexual (Sexual Orientation)	Nº de encuestas	Porcentaje
Heterosexual (Heterosexual)	32	10,67
Homosexual (Homosexual)	186	62,00
Bisexual (Bisexual)	82	27,33
Total	300	100,00

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

6. Resultado de las encuestas variable nivel de educación

Nivel de Educación (Level of Education)	Nº de encuestas	Porcentaje
Básica (Basic Education)	0	0,00
Secundaria (High School)	14	4,67
Superior (College)	217	72,33
Postgrado (Graduate)	69	23,00
Total	300	100,00

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

7. Resultado de las encuestas variable decisión

Usted como sujeto heterosexual (Si aplica), ¿Estaría dispuesto a hospedarse en un hotel destinado al segmento GLBTI? / You as heterosexual individual (if applicable) Would you be willing to stay in a hotel focused to LGBTI segment?		
Opciones	Nº de encuestas	Porcentaje
Si (Yes)	272	90.67
No (Not)	28	9.33
Total	300	100.00

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

8. Resultado de las encuestas variable decisión afirmativa por orientación sexual.

Orientación Sexual (Sexual Orientation)	Nº encuestas	Respuesta SI	%
Heterosexual (Heterosexual)	32	19	6,33
Homosexual (Homosexual)	186	183	61,00
Bisexual (Bisexual)	82	70	23,33
Total	300	272	90,67

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

9. Resultado de las encuestas variable decisión negativa por orientación sexual.

Orientación Sexual (Sexual Orientation)	Nº encuestas	Respuesta NO	%
Heterosexual (Heterosexual)	32	13	4,33
Homosexual (Homosexual)	186	3	1,00
Bisexual (Bisexual)	82	12	4,00
Total	300	28	9,33

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

10. Resultado de las encuestas variable sector de la ciudad.

Cuando usted visita Quito, ¿A qué sector de la ciudad le gusta llegar?/ When you visit Quito, what part of the city do you prefer to arrive?		
Opciones	Nº de encuestas	Porcentaje
Sur (South)	12	4.00
Centro Histórico (Quito's old Town)	79	26.33
La Mariscal (Mariscal sector)	147	49.00
Norte (North)	62	20.67
Total	300	100.00

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

11. Resultado de las encuestas variable motivo de viaje.

¿Cuál es su motivo de viaje? / What is your reason for travel?		
Opciones	Nº de encuestas	Porcentaje
Estudios (Studies)	3	1.00
Compras (Shopping)	9	3.00
Congresos (Conventions)	54	18.00
Negocios (Business)	30	10.00
Turismo (Tourism)	195	65.00
Visita a familiares / Amigos (Visit to Family / Friends)	9	3.00
Total	300	100.00

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

12. Resultado de las encuestas variable estadía.

¿Cuántos días suele hospedarse cuando realiza un viaje? /How many days do you usually stay in a hotel when you make a trip?		
Opciones	Nº de encuestas	Porcentaje
1-2 días (Days)	60	20.00
3-4 días (Days)	147	49.00
5-7 días (Days)	72	24.00
7 o más días (more than seven days)	21	7.00
Total	300	100.00

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

13. Resultado de las encuestas variable medios para escoger un hotel.

¿Qué medios utiliza usted para escoger un hotel cuando quiere hospedarse?/ What resources do you use to locate a hotel?		
Opciones	Nº de encuestas	Porcentaje
Amistades y familiares (Friends or family recommendations)	54	18.00
Internet (Internet)	224	74.67
Prensa (Press)	12	4.00
Radio (Radio)	2	0.67
Televisión (Television)	8	2.67
Total	300	100.00

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

14. Resultado de las encuestas variable servicios.

¿Qué servicios son apreciados por usted en un hotel?, señale del 1 (menor importancia) al 5 (mayor importancia) los siguientes aspectos. / What services do you appreciate in a hotel? Point 1 (minor) to 5 (most important) the following aspects.		
Opciones	Nº de encuestas	Porcentaje
Acondicionamiento térmico en habitaciones (thermal conditioning in rooms)	63	21.00
Amenities eco concept (Eco concept amenities)	120	40.00
Almohadas terapéuticas (therapeutic pillows)	60	20.00
Jacuzzi (Jacuzzi)	33	11.00
Lencería de cama de seda (silk bed linen)	24	8.00
Total	300	100.00

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

15. Resultado de las encuestas variable actividades GLBTI.

¿Qué actividades culturales de entretenimiento GLBTI apreciaría usted en un hotel? / What LGBT cultural entertainment activities would you appreciate in a hotel?		
Opciones	Nº de encuestas	Porcentaje
Biblioteca (GLBTI) (LGBT Library)	9	3.00
Cine GLBTI (LGBT Cinema)	45	15.00
Espectáculos musicales (Musicals)	180	60.00
Galería de arte GLBTI (LGBT Art Gallery)	21	7.00
Teatro Drag (Theatre Drag)	45	15.00
Total	300	100.00

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha – 2015.
FECHA: Marzo 02 del 2015

16. Presupuesto de publicidad

Presupuesto de Publicidad			
	N° de Publicidad	Costo Unitario	Costo Total
Prensa			
Diario El Comercio	1	3.300	3.300
Diario El Universo	1	3.400	3.400
Revistas			
Dinners	6	1.000	6.000
Tame	6	999.99	5999.94
Otros			
Página Web Hotel	1	870.00	870.00
Coctel de inauguración	1	540.00	540.00
TOTAL			20109.94

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Marzo 05 del 2015

17. Porcentaje de promociones

Promociones	**100%**
Revistas	25%
Página web y redes sociales	40%
Auspicios	25%
Gratuidades	10%

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Marzo 06 del 2015

18. Costo de renta habitación simple

Costos de Habitaciones		
Costos Fijos Habitación Simple (1pax)		
Lavado de Lencería		**$ 0,85**
Detergente en polvo 1000gr 13 hab/130lb (10lbxhab)	$ 4,29	$ 0,33
suavizante 1000cc/13 hab	$ 2,50	$ 0,19
Blanqueador 1000cc/13 hab	$ 4,20	$ 0,32
Amenities Huéspedes		**$ 9,24**
Jabón Floresta 30 gr. Estuche Biodegradable	$ 0,39	$ 0,39
Shampoo Frasco Floresta 50 ml	$ 0,56	$ 0,56
Rinse Frasco Floresta 50 ml	$ 0,58	$ 0,58
Lustra calzado Guante (estuche Sachet)	$ 0,42	$ 0,42
Kit Dental	$ 1,29	$ 1,29
Kit de Afeitar	$ 0,88	$ 0,88
Vanity Kit	$ 0,36	$ 0,36
Costurero	$ 0,32	$ 0,32
Gorro de baño	$ 0,33	$ 0,33
Pantuflas de Pelón	$ 1,25	$ 1,25
Chocolate de cobertura (x2)	$ 0,25	$ 0,50
Funda de lavandería	$ 0,04	$ 0,04
Block de notas	$ 0,25	$ 0,25
Boligrafo Recycle Paper	$ 0,26	$ 0,26
Arreglo floral	$ 1,50	$ 1,50
Carpeta	$ 0,15	$ 0,15
Hojas tamaño Inen (x3)	$ 0,05	$ 0,15
sobre blanco	$ 0,05	$ 0,05
Agua sin gas	$ 0,35	$ 0,35
Suministros de limpieza		**$ 1,08**
Funda de basura blanca (40*45) PQ x100 (x2)	$ 4,90	$ 0,10
Papel higiénico blanco x 24u	$ 6,30	$ 0,26
Limpia vidrios GL	$ 5,20	$ 0,40
Desinfectante GL	$ 4,10	$ 0,32
Desayuno de la casa*	$ 3,21	**$ 3,21**
Servicios Pre pagados (Costo R./30dias/13 Habitaciones)		**$ 0,58**
Internet	$ 99,00	$ 0,25
Tv Paga	$ 130,00	$ 0,33

Costos Fijos (lavado de lencería, Amenidades huéspedes, suministros de limpieza, desayuno, servicios pre pagados)	**$ 14,96**

- **Receta estándar desayuno de la casa**

PLATO:	Desayuno "Elysian fields"						
					PAX:	1	
RECETA				PROVEEDOR			
INGREDIENTE	Marca	CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO	COSTO VARIABLE
Café americano	Piedra Negra Café Orgánico	30	g	340	g	8,95	0,79
Jugo Natural	La Jugosa	100	g	1000	g	1,75	0,18
Humita	La casa de la huma y el tamal	120	g	120	g	1,00	1,00
Huevos	Indaves	2	u	1	u	0,12	0,24
Mermelada	María Morena	30	g	600	g	2,50	0,13
Mantequilla	Miraflores	10	g	100	g	0,99	0,10
Pan	Panadería Moderna	2	u	1	u	0,10	0,20
Queso	El Salinerito	50	g	700	g	5,20	0,37

Costo Neto		3,00
Costo x Pax		3,00
Varios	**7%**	0,21
Costo Total		3,21
Utilidad	**33%**	9,73
P.V.P.		**9,75**

$$CPP = \frac{Costo\ x\ Pax}{P.V.P.} * 100$$

CPP =	**30,77**

El costeo de la receta estándar del desayuno de la casa, se tomará en cuenta para los costos de renta de las restantes habitaciones.

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: AMENIGRAF, amenities y dotación hotelera, Mega Santa María S.A., Grupo TVCable, Piedra Negra, La Jugosa, La Casa de la Huma y del Tamal, Indaves, María Morena, Miraflores, Panadería Moderna, El Salinerito.
FECHA: Marzo 10 del 2015

Costo mano de obra habitación simple

Mano de Obra	
Horas laborables	8
Días laborables	20
Total de Horas Laborables	160
Total de Minutos laborables	9600
Representación	
9600 minutos	$ 357.29
30 minutos c/habitación	x
Costo de mano de obra: $ 1.12	

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Marzo 10 del 2015

Costos variables habitación simple

Costos Variables: Servicios		
Descripción	**Costo Referencial mes**	**Costo R./30dias/13 Habitaciones**
Agua	$ 280,00	$ 0,71
Luz	$ 300,00	$ 0,77
Total		**$ 1,48**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Marzo 10 del 2015

Total costos de renta habitación simple

Costo Renta de Habitación Simple (CT= CF+CV)		
Costos Fijos	Lavado de lencería, Amenidades huéspedes, suministros de limpieza, desayunos, servicios pre pagados.	$ 14,96
	Costo de Mano de Obra	$ 1.12
Costos Variables	Agua, luz.	$ 1,48
Total Costos Fijos y Variables		$ 17,56
Consumo extras: 10%		$ 19,32
Porcentaje de Ganancia: 350%		**$ 86,94**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Marzo 10 del 2015

19. Costo de renta habitación doble

Costos de Habitaciones		
Costos Fijos Habitación Doble (2pax)		
Lavado de Lencería		**$ 0,85**
Detergente en polvo 1000gr 13 hab/130lb (10lbxhab)	$ 4,29	$ 0,33
suavizante 1000cc/13 hab	$ 2,50	$ 0,19
Blanqueador 1000cc/13 hab	$ 4,20	$ 0,32
Amenities Huéspedes		**$ 16,94**
Jabón Floresta 30 gr. Estuche Biodegradable (x2)	$ 0,39	$ 0,78
Shampoo Frasco Floresta 50 ml (x2)	$ 0,56	$ 1,12
Rinse Frasco Floresta 50 ml (x2)	$ 0,58	$ 1,16
Lustra calzado Guante (estuche Sachet) (X2)	$ 0,42	$ 0,84
Kit Dental (x2)	$ 1,29	$ 2,58
Kit de Afeitar (X2)	$ 0,88	$ 1,76
Vanity Kit (X2)	$ 0,36	$ 0,72
Costurero (X2)	$ 0,32	$ 0,64
Gorro de baño (X2)	$ 0,33	$ 0,66
Pantuflas de Pelón (x2)	$ 1,25	$ 2,50
Chocolate de cobertura (x4)	$ 0,25	$ 1,00
Funda de lavandería	$ 0,04	$ 0,04
Block de notas (X2)	$ 0,25	$ 0,50
Boligrafo Recycle Paper (X2)	$ 0,26	$ 0,52
Arreglo floral	$ 1,50	$ 1,50
Carpeta (X2)	$ 0,15	$ 0,30
Hojas tamaño Inen (x6)	$ 0,05	$ 0,30
sobre blanco (X2)	$ 0,05	$ 0,10
Agua sin gas (X2)	$ 0,35	$ 0,70
Suministros de limpieza		**$ 1,08**
Funda de basura blanca (40*45) PQ x100 (x2)	$ 4,90	$ 0,10
Papel higiénico blanco x 24u	$ 6,30	$ 0,26
Limpia vidrios GL	$ 5,20	$ 0,40
Desinfectante GL	$ 4,10	$ 0,32
Desayuno de la casa (X2)	$ 3,21	**$ 6,42**
Servicios Pre pagados (Costo R./30dias/13 Habitaciones)		**$ 0,58**
Internet	$ 99,00	$ 0,25
Tv Paga	$ 130,00	$ 0,33

Costos Fijos (lavado de lencería, Amenidades huéspedes, suministros de limpieza, desayuno, servicios pre pagados)	**$ 25,87**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: AMENIGRAF, amenities y dotación hotelera
FECHA: Marzo 10 del 2015

Costo mano de obra habitación doble

Mano de Obra	
Horas laborables	8
Días laborables	20
Total de Horas Laborables	160
Total de Minutos laborables	9600
Representación	
9600 minutos	$ 357.29
30 minutos c/habitación	x
Costo de mano de obra: $ 1.12	

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Marzo 10 del 2015

Costos variables habitación doble

Costos Variables: Servicios		
Descripción	**Costo Referencial mes**	**Costo R./30dias/13 Habitaciones**
Agua	$ 280,00	$ 0,71
Luz	$ 300,00	$ 0,77
Total		**$ 1,48**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Marzo 10 del 2015

Total costos de renta habitación doble

Costo Renta de Habitación Doble (CT= CF+CV)		
Costos Fijos	Lavado de lencería, Amenidades huéspedes, suministros de limpieza, desayunos, servicios pre pagados.	$ 25,87
	Costo de Mano de Obra	$ 1.12
Costos Variables	Agua, luz.	$ 1,48
Total Costos Fijos y Variables		$ 28,47
Consumo extras: 10%		$ 31,32
Porcentaje de Ganancia: 350%		**$ 140.94**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Marzo 10 del 2015

20. Costo de renta suite

Costos de Habitaciones		
Costos Fijos Suite (3 pax)		
Lavado de Lencería		**$ 0,85**
Detergente en polvo 1000gr 13 hab/130lb (10lbxhab)	$ 4,29	$ 0,33
suavizante 1000cc/13 hab	$ 2,50	$ 0,19
Blanqueador 1000cc/13 hab	$ 4,20	$ 0,32
Amenities Huéspedes		**$ 24,38**
Jabón Floresta 30 gr. Estuche Biodegradable (x3)	$ 0,39	$ 1,17
Shampoo Frasco Floresta 50 ml (x3)	$ 0,56	$ 1,68
Rinse Frasco Floresta 50 ml (x3)	$ 0,58	$ 1,74
Lustra calzado Guante (estuche Sachet) (X3)	$ 0,42	$ 1,26
Kit Dental (x3)	$ 1,29	$ 3,87
Kit de Afeitar (X3)	$ 0,88	$ 2,64
Vanity Kit (X3)	$ 0,36	$ 1,08
Costurero (X3)	$ 0,32	$ 0,96
Gorro de baño (X3)	$ 0,33	$ 0,99
Pantuflas de Pelón (x3)	$ 1,25	$ 3,75
Chocolate de cobertura (x6)	$ 0,25	$ 1,50
Funda de lavandería (X2)	$ 0,04	$ 0,08
Block de notas (X3)	$ 0,25	$ 0,75
Boligrafo Recycle Paper (X3)	$ 0,26	$ 0,78
Arreglo floral	$ 1,50	$ 1,50
Carpeta (X3)	$ 0,15	$ 0,45
Hojas tamaño Inen (x3)	$ 0,05	$ 0,15
sobre blanco (X3)	$ 0,05	$ 0,15
Agua sin gas (X3)	$ 0,35	$ 1,05
Suministros de limpieza		**$ 1,08**
Funda de basura blanca (40*45) PQ x100 (x2)	$ 4,90	$ 0,10
Papel higiénico blanco x 24u	$ 6,30	$ 0,26
Limpia vidrios GL	$ 5,20	$ 0,40
Desinfectante GL	$ 4,10	$ 0,32
Desayuno de la casa (X3)	$ 3,21	**$ 9,63**
Servicios Pre pagados (Costo R./30dias/13 Habitaciones)		**$ 0,58**
Internet	$ 99,00	$ 0,25
Tv Paga	$ 130,00	$ 0,33

Costos Fijos (lavado de lencería, Amenidades huéspedes, suministros de limpieza, desayuno, servicios pre pagados)	**$ 36,52**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: AMENIGRAF, amenities y dotación hotelera
FECHA: Marzo 10 del 2015

Costo mano de obra suite

Mano de Obra	
Horas laborables	8
Días laborables	20
Total de Horas Laborables	160
Total de Minutos laborables	9600
Representación	
9600 minutos	$ 357.29
40 minutos c/habitación	x
Costo de mano de obra: $ 1.49	

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Marzo 10 del 2015

Costos variables suite

Costos Variables: Servicios		
Descripción	**Costo Referencial mes**	**Costo R./30dias/13 Habitaciones**
Agua	$ 280,00	$ 0,71
Luz	$ 300,00	$ 0,77
Total		**$ 1,48**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Marzo 10 del 2015

Total costos de renta suite

Costo Renta Suite (CT= CF+CV)		
Costos Fijos	Lavado de lencería, Amenidades huéspedes, suministros de limpieza, desayunos, servicios pre pagados.	$ 36,52
	Costo de Mano de Obra	$ 1.49
Costos Variables	Agua, luz.	$ 1,48
Total Costos Fijos y Variables		$ 39,49
Consumo extras: 10%		$ 43.44
Porcentaje de Ganancia: 350%		**$ 195,48**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Marzo 10 del 2015

21. Costo de renta apartamento

Costos de Habitaciones		
Costos Fijos Apartamento (4 pax)		
Lavado de Lencería		**$ 0,85**
Detergente en polvo 1000gr 13 hab/130lb (10lbxhab)	$ 4,29	$ 0,33
suavizante 1000cc/13 hab	$ 2,50	$ 0,19
Blanqueador 1000cc/20 hab	$ 4,20	$ 0,32
Amenities Huéspedes		**$ 32,02**
Jabón Floresta 30 gr. Estuche Biodegradable (x4)	$ 0,39	$ 1,56
Shampoo Frasco Floresta 50 ml (x4)	$ 0,56	$ 2,24
Rinse Frasco Floresta 50 ml (x4)	$ 0,58	$ 2,32
Lustra calzado Guante (estuche Sachet) (X4)	$ 0,42	$ 1,68
Kit Dental (x4)	$ 1,29	$ 5,16
Kit de Afeitar (X4)	$ 0,88	$ 3,52
Vanity Kit (X4)	$ 0,36	$ 1,44
Costurero (X4)	$ 0,32	$ 1,28
Gorro de baño (X4)	$ 0,33	$ 1,32
Pantuflas de Pelón (x4)	$ 1,25	$ 5,00
Chocolate de cobertura (x8)	$ 0,25	$ 2,00
Funda de lavandería (X3)	$ 0,04	$ 0,12
Block de notas (X4)	$ 0,25	$ 1,00
Boligrafo Recycle Paper (X4)	$ 0,26	$ 1,04
Arreglo floral	$ 1,50	$ 1,50
Carpeta (X4)	$ 0,15	$ 0,60
Hojas tamaño Inen (x4)	$ 0,05	$ 0,20
sobre blanco (X4)	$ 0,05	$ 0,20
Agua sin gas (X4)	$ 0,35	$ 1,40
Suministros de limpieza		**$ 1,08**
Funda de basura blanca (40*45) PQ x100 (x2)	$ 4,90	$ 0,10
Papel higiénico blanco x 24u	$ 6,30	$ 0,26
Limpia vidrios Gl	$ 5,20	$ 0,40
Desinfectante GL	$ 4,10	$ 0,32
Desayuno de la casa (X4)	$ 3,21	**$ 12,84**
Servicios Pre pagados (Costo R./30dias/13 Habitaciones)		**$ 0,58**
Internet	$ 99,00	$ 0,25
Tv Paga	$ 130,00	$ 0,33

Costos Fijos (lavado de lencería, Amenidades huéspedes, suministros de limpieza, desayuno, servicios pre pagados)	**$ 47,37**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: AMENIGRAF, amenities y dotación hotelera
FECHA: Marzo 10 del 2015

Costo mano de obra apartamento

Mano de Obra	
Horas laborables	8
Días laborables	20
Total de Horas Laborables	160
Total de Minutos laborables	9600
Representación	
9600 minutos	$ 357.29
50 minutos c/habitación	x
Costo de mano de obra: $ 1.86	

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Marzo 10 del 2015

Costo variables apartamento.

Costos Variables: Servicios		
Descripción	**Costo Referencial mes**	**Costo R./30dias/13**
Agua	$ 280,00	$ 0,71
Luz	$ 300,00	$ 0,77
Total		**$ 1,48**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Marzo 10 del 2015

Total Costos de renta apartamento.

Costo Renta Apartamento (CT= CF+CV)		
Costos Fijos	Lavado de lencería, Amenidades huéspedes, suministros de	$ 47,37
	Costo de Mano de Obra	$ 1.86
Costos Variables	Internet, Tv paga, agua, luz.	$ 1,48
Total Costos Fijos y Variables		$ 50,71
Consumo extras: 10%		$ 55,78
Porcentaje de Ganancia: 350%		**$ 251,01**

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FECHA: Marzo 10 del 2015

22. Carta de vinos y licores

Carta de Vinos y Licores		
Licores y Vinos		
Descripción	**Costo Unitario**	**Precio (CU*100/20)**
Vino Blanco (Tocornal Sauvignon Blanc 750 ML) / Vino	$ 8.19	$ 40.95
Vino Blanco / Rojo ½ Botella Los Cardos Malbec	$ 3.49	$ 17.45
Descripción	**Costo Unitario**	**Costo Unitario / 16 shots (CU shot*100/20)**
Shot Pisco Ocucaje Acholado (Botella 750 ML)	$ 32.49	$ 10.15
Shot Crym's Triple Sec (Botella 750 ML)	$ 21.99	$ 6.87
Shot Crema de Alba (Botella 750 ML)	$ 39.65	$ 12.39
Shot Bombay Sapphire Gin (Botella 750 ML)	$75.45	$ 23.58
Shot W Dry Gin (Botella 750 ML)	$ 11.45	$ 3.59
Shot Ron Bacardi Oro (Botella 750 ML)	$ 20.68	$ 6.46
Shot Skyy Vodka Infusions (Botella 750 ML)	$ 26.49	$ 8.28
Shot Ron Appleton Estate Extra (Botella 750 ML)	$ 42.99	$ 13.43
Shot Crym's Amaretto (Botella 750 ML)	$ 8.98	$ 2.81
Shot José Cuervo Tradicional (Botella 750 ML)	$ 55.84	$ 17.45
Shot Baileys Original (Botella 750 ML)	$ 49.22	$ 15.38
Shot Brandy Torres 5 Imperial (Botella 750 ML)	$ 47.98	$ 14.99
Shot Grand Old Parr 12 años (Botella 750 ML)	$ 87.36	$ 27.30
Shot Johnnie Walker Red Label (Botella 750 ML)	$ 54.64	$ 17.08

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: La Taberna Liquor Store
FECHA: Abril 10 del 2015

23. Picaditas

Para Picar		
Descripción	**Costo Unitario**	**Precio (CU*100/30)**
Banana Chifles 150 gr.	$ 0.50	$ 1.67
Bocaditos de Maíz 150 gr.	$ 0.50	$ 1.67

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Mega Santa María S.A.
FECHA: Abril 10 del 2015

24. Bebidas suaves / calientes

Bebidas Suaves / Calientes		
Descripción	**Costo**	**Precio**
Club cerveza verde 330 ML	$ 1.10	$ 5.50
Pilsener Twiss Off 330 ML	$ 0.99	$ 4.95
Corona Extra 355 ml	$ 2.84	$ 14.20
Gaseosas 400 ML (Coca Cola, Sprite, Fioravanti,	$ 0.40	$ 2.00
Agua Mineral Dasani con / sin gas 500 ML	$ 0.35	$ 1.75
Café Americano	$ 2.00	$ 2.00
Espresso	$ 2.00	$ 2.00
Té	$ 2.00	$ 2.00
Cappuccino	$ 2.50	$ 2.50
Latte	$ 2.50	$ 2.50

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Mega Santa María S.A., La Taberna Liquor Store, Hotel Casa Joaquín, Casa Foch Boutique, Hotel Reina Isabel
FECHA: Abril 10 del 2015

25. Servicio de transfers

Información de Transportes		
Descripción	**Precio**	**Comisión**
Airport Out	$ 30.00	$ 5.00
Airport Pick up	$ 35.00	$ 5.00
Bus terminal Quitumbe	$ 15.00	$ 3.00
Bus terminal Carcelén	$ 10.00	$ 3.00
Bus terminal Ofelia	$ 10.00	$ 3.00
Museo Guayasamín	$ 10.00	$ 3.00
Centros Comerciales de Quito	$ 5.00	$ 0.00
Los precios son válidos de 1 a 4 personas		

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Cooperativa de Taxis Plaza del Teatro
FECHA: Abril 10 del 2015

26. Requisitos Registro de Alojamiento, Alimentos y Bebidas

Requisitos: Personas Jurídicas
1.- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
2.- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil,
3.- Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
4.- Copia de la cédula de identidad
5.- Copia de la última papeleta de votación
6.- Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.
7.- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).
8.- Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
9.- Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
10.- Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa. (Formulario del Ministerio de Turismo)
11.- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Ministerio de Turismo
FECHA: Abril 12 del 2015

27. Requisitos Licencia Única Anual de Funcionamiento

Requisitos: Licencia Única Anual de Funcionamiento
1.- Copia y Original del pago del Impuesto Predial.
2.- Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
3.- Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.(Formulario del Ministerio de Turismo)
4.- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.
5.- Pagos por concepto de renovación de Licencia Anual de Funcionamiento.

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Ministerio de Turismo
FECHA: Abril 12 del 2015

28. Requisitos Registro Turístico

Requisitos Registro Turístico: Alojamiento
1.- Copia certificada de la escritura de la constitución de la compañía, aumento de capital o reforma de estatuto.
2.- Copia del nombramiento del representante legal debidamente inscrito en el Registro Mercantil;
3.- Copia del trámite del ingreso para la obtención de la LUAE del año en curso.
4.- Copia a color de cedula de identidad y papeleta de votación, del representante legal;
5.- Copia a color del Registro Único de Contribuyentes (RUC) actualizado;
6.- Copia del resultado de búsqueda fonética emitido por el IEPI;
7.- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos del establecimiento turístico.
8.- Original y dos copias del formulario de declaración de activos fijos para la cancelación del UNO POR MIL.

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Empresa Pública Metropolitana de Turismo
FECHA: Abril 12 del 2015

29. Requisitos LUAE

Requisitos LUAE
1.- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
2.- Permiso Sanitario
3.- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
4.- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
5.- Permiso Ambiental
6.- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las actividades turísticas.
7.- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia
8.- General de Policía.

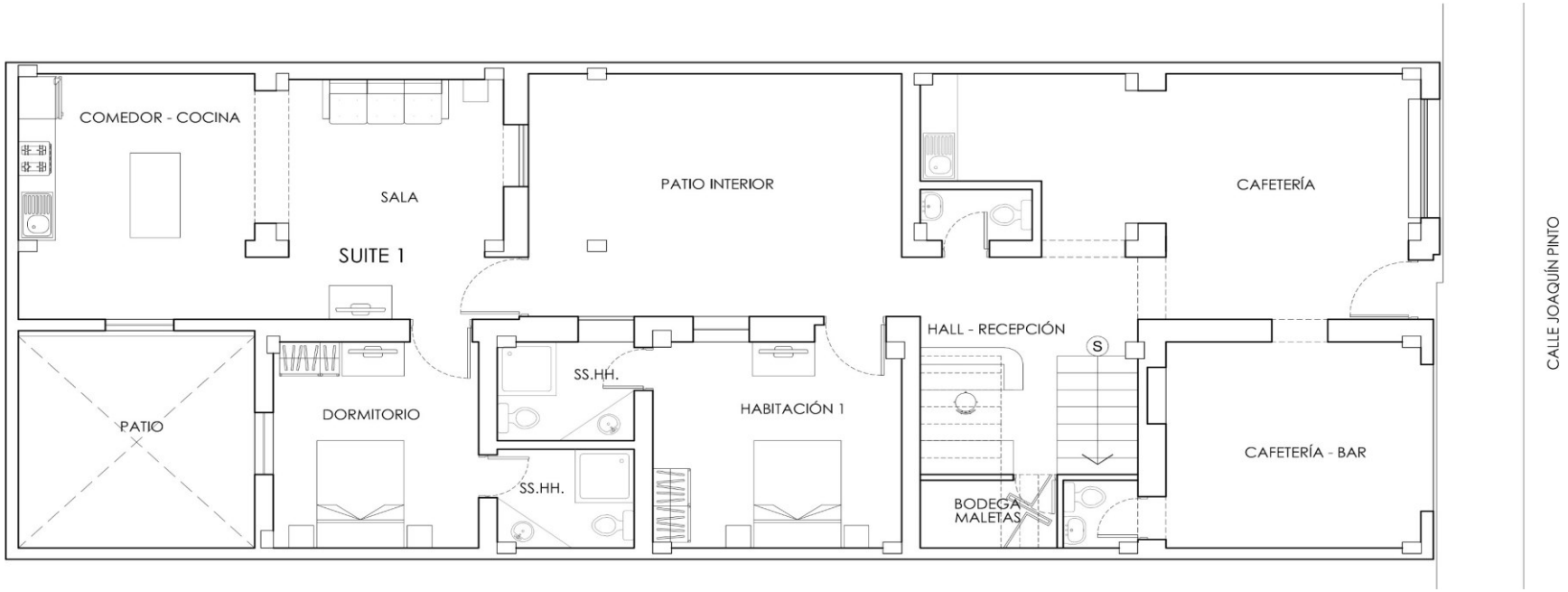
ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Servicios Ciudadanos Quito Distrito Metropolitano
FECHA: Abril 12 del 2015

30. Prestaciones y Beneficios IESS

Beneficios Sociales	Descripción
Afiliación a la Seguridad Social	El trabajador debe ser afiliado (por parte del empleador) desde el primer día de trabajo.
Pago por Horas extras y Suplementarias	El trabajador tiene derecho a percibir el pago por horas extras y suplementarias, en el caso que trabaje estas horas.
Pago de la Decimotercera Remuneración (Décimo tercer sueldo) o Bono navideño	El trabajador tiene derecho a percibir el pago del décimo tercer sueldo en las fechas establecidas.
Pago de la Decimocuarta remuneración (Décimo cuarto Sueldo) o Bono escolar	El trabajador tiene derecho a percibir el décimo cuarto sueldo en las fechas establecidas. Ver Calculadora de Décimo cuarto sueldo.
Pago del Fondo de reserva	El trabajador tiene derecho a percibir los Fondos de Reserva a partir del segundo año de trabajo.
Vacaciones anuales	El trabajador tiene derechos a un periodo de vacaciones laborales remuneradas.
Pago de la Jubilación patronal	Los trabajadores que por 25 años o más hubieren prestado servicios, continuada o interrumpidamente, tendrán derecho a ser jubilados por sus empleadores.
Licencia por paternidad	El trabajador (padre de familia) tiene derecho a un periodo de licencia por paternidad.
Licencia por Maternidad	La mujer trabajadora tiene derecho a un periodo de licencia por maternidad.
Pago del Subsidio por Maternidad	La madre trabajadora tiene derecho al subsidio por maternidad.
Pago de utilidades.	El trabajador tiene derechos al pago por concepto de utilidades.

ELABORADO POR: Soria Bolaños Damián Esteban
FUENTE: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
FECHA: Abril 12 del 2015

31. Planos arquitectónicos



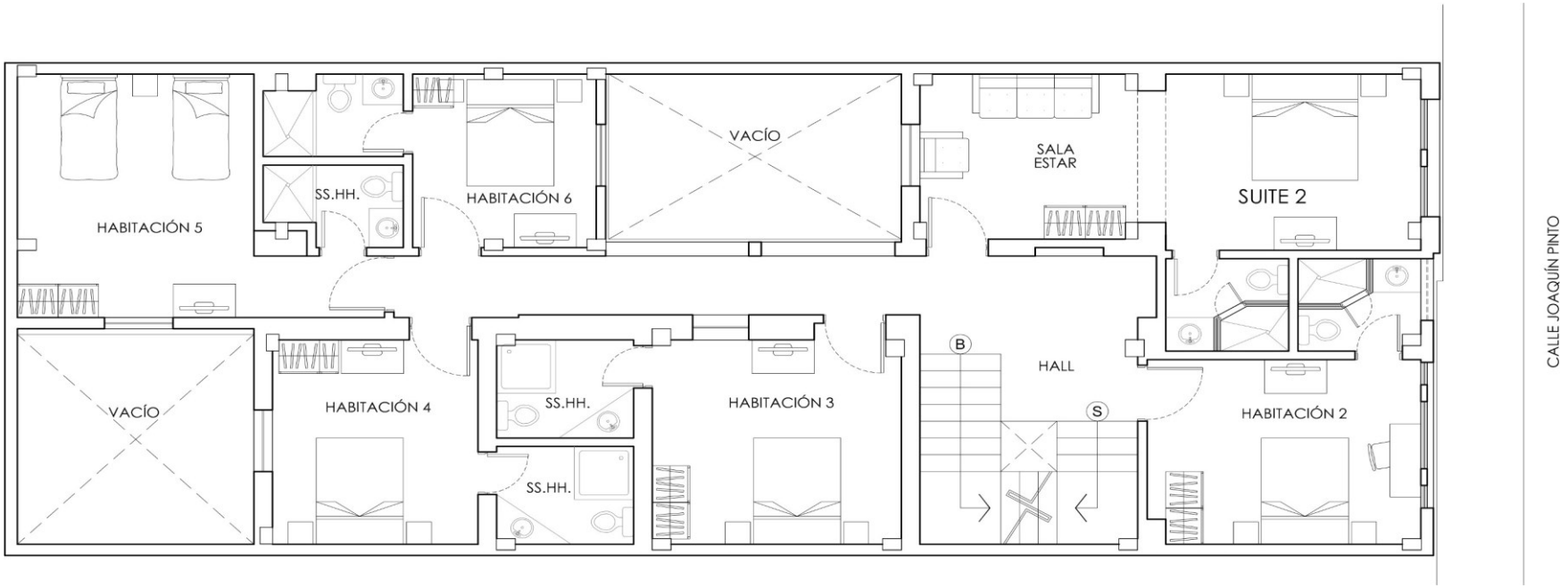
PLANTA BAJA

ESC: 1:75

OFERENTE: Arq. Karen Rodríguez

PROYECTO: ELYSIAN FIELDS HOTEL





PRIMER PISO

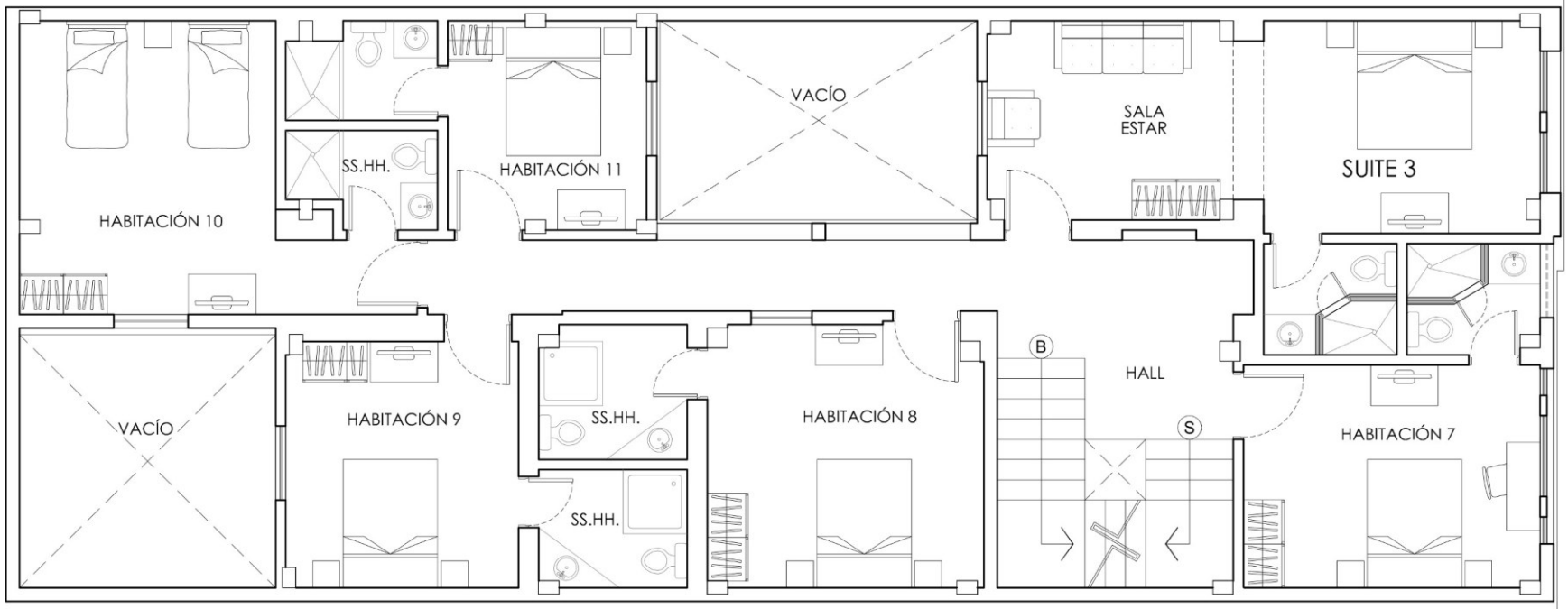
ESC: 1:75

OFERENTE: Arq. Karen Rodríguez

PROYECTO:

ELYSIAN FIELDS HOTEL





CALLE JOAQUÍN PINTO

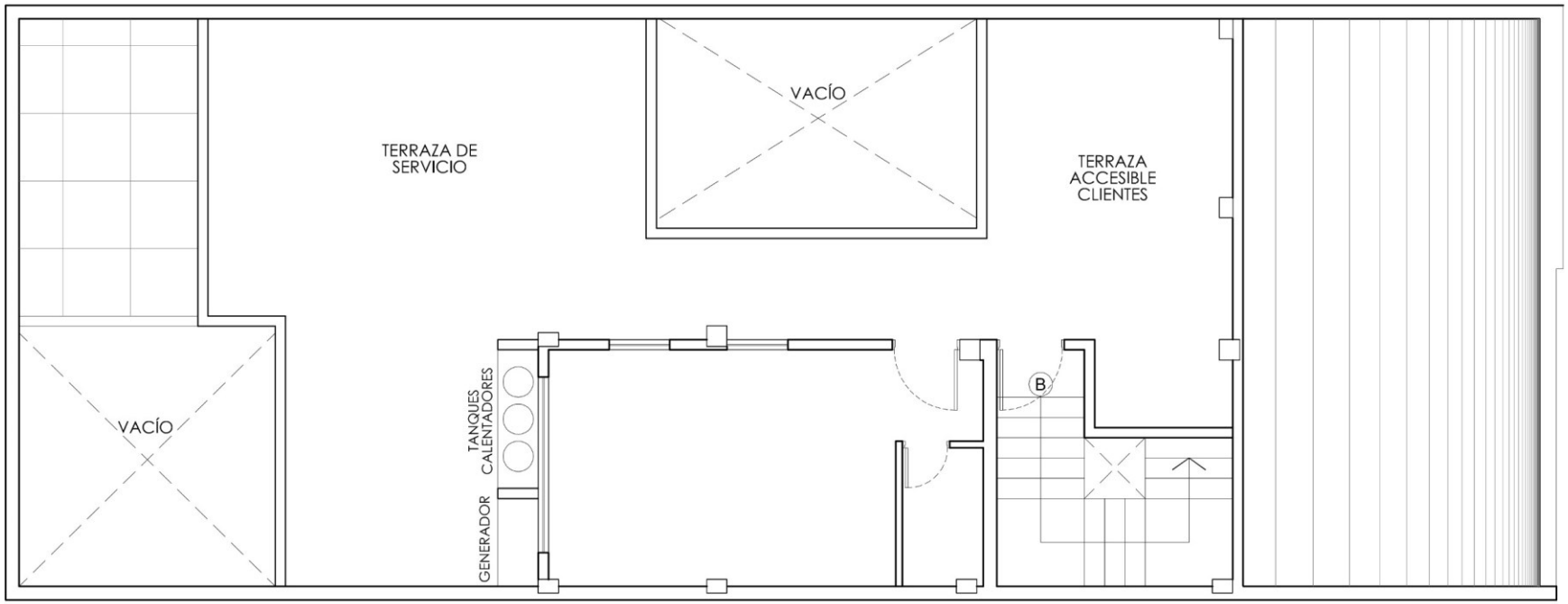
PROYECTO: ELYSIAN FIELDS HOTEL



SEGUNDO PISO

ESC: 1:75

OFERENTE: Arq. Karen Rodríguez



CALLE JOAQUÍN PINTO

PROYECTO:	ELYSIAN FIELDS HOTEL



TERRAZA

ESC: 1:75

OFERENTE: Arq. Karen Rodríguez

Bibliografía

Fuentes Impresas

Amenigraf. (2015). *Catálogo de Productos*. Quito: Amenigraf

Anónimo. (1999). *ECUADOR*. Barcelona: LEXUS EDITORES, S.A.

Arcarons Simón, R. (2000). *Administración, Gestión y Comercialización en la Pequeña Empresa Hostelera*. Madrid: EDITORIAL SÍNTESIS S.A.

Barrera, I. (1922). *Quito Colonial, Siglo XVIII, Comienzos del Siglo XIX.* Vol.1. Quito: Sociedad Ecuatoriana de Estudios Históricos.

Biggar, J. (2007). *Los Andes - Una Guía para Escaladores*. Primera ed. Escocia: ANDES.

Campbell, J. (2004). *The Gay/Lesbian Travel Marketplace*. San Francisco: White Paper.

Carvajal, J. (2007). *Estudio de Factibilidad para la Creación de un Hotel Boutique en la Ciudad de Quito*. (Tesis de pregrado). Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito, Ecuador.

Casa Joaquín Hotel Boutique. (2015). "*Reglamento Interno de Trabajo y de Seguridad del Personal "Casa Joaquín Logis de Charme"*. Quito: Casa Joaquín

Casado Díaz, A. B., & Sellers Rubio, R. (2006). *Dirección de Marketing*. Madrid, España: Editorial Club Universitario.

Dorado, J. A. (2011). *Dirección de alojamientos turísticos*. Madrid, Valle Hermoso, España: EDITORIAL SÍNTESIS, S.A.

Equipo Vértice. (2008). *"Gestión de Hoteles"*. Málaga: Publicaciones Vértice S.L.

Flórez, J. (2011). *Matemáticas Financieras Empresariales*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Gallego, J. F. (2002). *Gestión de hoteles. Una nueva visión*. Madrid: Thomson Paraninfo.

Gispert, C., Gay, J., & Vidal, J. (2000). *Atlas Geográfico del Ecuador y Universal*. Barcelona: MM OCEANO GRUPO EDITORIAL, S.A.

Gomis, J. (2003). *Perfiles sociológicos del nuevo turismo*. Revista Editur no 2262, p.3., 36.

Hernández, G. (2006). *Diccionario de Economía*. Medellín: Editorial Universidad Cooperativa de Colombia

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2013). *Estudio de caso sobre las condiciones de vida, inclusión social y cumplimiento de derechos humanos de la población GLBTI en el Ecuador*. Quito: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing*: *Conceptos Esenciales*. México: PEARSON EDUCACIÓN

Landeau, R. (2007). *Elaboración de trabajo de investigación*. Caracas: Editorial Alfa.

López Trujillo, F. (2008). *Breve Historia de la Mitología Griega*. Madrid: Ediciones Nowtilus, S.L

Moner Korflür, C. (2006). *El mercado Turístico Homosexual*: *Un estudio para Cataluña*. Estudios Turísticos, n." 167 (2006), pp. 103-129, 27.

Moya Tasquer, R., & Peralta, E. (2006). *Quito Patrimonio*. Quito: TRAMA EDICIONES.

Peralta, E., & Moya Tasquer, R. (2007). *Guía Arquitectónica de Quito.* Primera ed. Quito: TRAMA EDICIONES.

Ramos, E. (1995). *Manual de Términos Económicos*. Quito: Corporación de Estudios y Publicaciones.

Royo Vela, M., & Moner Korflür, C. (2007). *Oferta y Demanda en el Mercado Turístico Homosexual: Una propuesta de Estrategias de Intercambio para la mejora del Marketing en el Segmento*. Cuadernos de Turismo n° 20, pp. 171-197.

Sapag Chain, N. (2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación*. México: Pearson Educación.

Soriano Martínez, B., & Pinto Gómez, C. (2006). *Finanzas para no financieros* (Segunda ed.). Madrid, España: Fundación CONFEMETAL.

Sosa, C. (1990). *Guía Turística, Quito - Ecuador, En el Camino del Sol*. Primera ed. Quito: Instituto de Patrimonio Cultural del Ecuador.

Tan, A., Ching- Yick Tse, E., & Ling Wong, C. (2009). *Hospitality Marketing*. Hong Kong: Education Bureau

Vásquez, G. (2009). *Ecuador en la Mitad del Mundo, Guía Turística y Ecológica*. Quito: GEF INEFAN Ministerio de Medio Ambiente.

Villena Eduardo. (2003). *Técnico en Hotelería y Turismo*. Madrid: CULTURAL, S.A.

Fuentes Virtuales

Banco Central del Ecuador. (2015). Ecuador: reporte mensual de inflación abril 2015. Recuperado el 06 de junio del 2015, de http://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201504.pdf

Booking.com. (2015). Nuestra Filosofía. Recuperado el 26 de marzo del 2015, de http://www.booking.com/content/about.es.html

Cámara Provincial de Turismo de Pichincha. (s.f.). Afiliación CAPTUR. Recuperado el 13 de abril del 2015, de http://www.captur.travel/web2011/porque_afiliarte/formulario_afiliacion.html

Colours Oasis Resort. (2014). Lose yourself in our lifestyle inclusive resort. Recuperado el 23 de octubre del 2014, de http://coloursoasis.com/

Colson House. (2004). Brighton B&B Guest House Accommodation. Recuperado el 23 de Octubre del 2014, de http://www.colsonhouse.co.uk/

Constitución del Ecuador. (2008). Constitución del Ecuador. Recuperado el 15 de enero del 2015, de: http://educacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf

Corporación Financiera Nacional. (2015). Simulador Crédito. Recuperado el 06 de junio del 2015, de https://ibanking.cfn.fin.ec/SimulatorServiceWebSite/CreditSimulator.aspx

Cuerpo de Bomberos Quito. (2014). Permiso Ocasional de Funcionamiento. Recuperado el 13 de abril del 2015, de http://www.bomberosquito.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=8:permiso-ocasional-de-funcionamiento&catid=2&Itemid=6

Diario El Comercio. (2013). Avisos Clasificados. Recuperado el 20 de abril del 2015, de http://tarifarionline.elcomercio.com/clasificados.html

E-How.com. (s.f.). Diseño de Interiores para Habitaciones de Hoteles Económicos. Recuperado el 28 de marzo del 2015, de http://www.ehowenespanol.com/diseno-interiores-habitaciones-hoteles-economicos-manera_481794/

El COMERCIO. (10 de agosto de 2011). La 10 de Agosto, un nervio de la urbe. Recuperado el 22 de enero de 2015, de: http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/quito/10-de-agosto-nervio-de.html

El Economista. (30 de 01 de 2014). El Economista. Recuperado el 18 de 09 de 2014, de Axel Hotels Supera los 10 Millones de euros en facturación.: http://www.axelhotels.com/grupo-axel/

El Salvador G. (2013). La Bandera Gay. Recuperado el 06 de junio del 2015, de http://www.elsalvadorg.com/portal/content/view/147/67/

El Souvenir; Diverso. (2012). ¿Qué es un hotel gay friendly?. Recuperado el 10 de Enero de 2015, de ¿Qué es un hotel gay friendly? de:http://www.elsouvenir.com/index.php/cat-diverso/302-que-es-un-hotel-gay-friendly

Empresa Pública Metropolitana de Turismo Quito Turismo. (2013). Sistema Institucional de Indicadores Turísticos. Recuperado el 24 de febrero de 2015, de

http://www.quito-turismo.gob.ec/phocadownload/EstadisticasUIO/Quitoencifras/quito-en-cifras-2013.pdf

Empresa Pública Metropolitana Quito Turismo. (2012). Quito en Cifras, una forma de conocer al turista. Recuperado el 24 de Febrero de 2015, de http://www.captur.travel/web2011/estadisticas_turisticas/documents/QuitoenCifras2012.pdf

Empresa Pública Metropolitana Quito Turismo. (2014). Calidad Turística, Recuperado el 26 de marzo del 2015, de http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/la-institucion/que-hacemos/calidad-turistica

Empresa Pública Metropolitana Quito Turismo. (2014). Registro Turístico, Recuperado el 13 de abril del 2015, de http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/nuestros-servicios/registro-turistico

Expedia. (2015). About Expedia.com. Recuperado el 26 de marzo del 2015, de http://mediaroom.expedia.com/about-expediacom-180

Federación Hotelera del Ecuador. (2015). Hoteles en Quito. Recuperado el 25 de marzo del 2015, de http://www.hotelesecuador.com.ec/resultado.php?idiom=1&ciudad=1&tipo=&ubicacion=&categoria=&precio=0

García Nieto, R. E. (2014). Análisis de la situación actual de la oferta turística para la comunidad GLBTI en la ciudad de Guayaquil, y las expectativas de crecimiento e inclusión de turismo gay en la sociedad. Recuperado el 28 de Octubre de 2014, de http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/1178/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-99.pdf

Gobierno de Pichincha. (02 de mayo de 2013). Filosofía Institucional. Recuperado el 21 de enero de 2015, de: http://www.pichincha.gob.ec/gobierno/filosofia-institucional/item/35-mision.html

Gobierno de Pichincha. (17 de abril de 2013). Datos de la Provincia. Recuperado el 21 de enero de 2015, de: http://www.pichincha.gob.ec/pichincha/datos-de-la-provincia/item/13-informacion-general.html

Google Maps. (2015). Quito. Recuperado el 18 de abril del 2015, de https://www.google.com.ec/maps/@-0.2021183,-78.4922385,20z?hl=es

Hotel Dakara S.A. De C.V. (s.f.). Reglamento Interno de Trabajo del Hotel DARAKA. Recuperado el 25 de abril del 2015, de http://hoteldarakachetumal.jimdo.com/reglamento-interior-de-trabajo/

Hotel La Palma. (2015). "Manual de Análisis y Descripción de Puestos". Recuperado el 25 de abril del 2015, de http://www.scribd.com/doc/32980669/Manual-de-Analisis-y-Descripcion-de-Puestos-Hotel-La-Palma#scribd

In- Quito.com. (2012). Historia de Quito. Recuperado el 22 de enero de 2015, de: http://www.in-quito.com/uio-kito-qito-kyto-qyto/spanish-uio/historia-de-quito-ecuador/quito-historia.htm

Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. (2014). Registro de Marcas. Recuperado el 13 de abril del 2015, de http://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (s.f.). Servicios y Prestaciones. Recuperado el 13 de abril del 2015, de http://www.iess.gob.ec/es/web/afiliado/servicios-y-prestaciones

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). Resultados del Censo 2010. Recuperado el 21 de enero de 2015, de: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/

Ministerio de Turismo Ecuador. (02 de septiembre de 2014). Guayllabamba un verde llano en la mitad del mundo. Recuperado el 23 de enero de 2105, de: https://www.turismo.gob.ec/guayllabamba-un-verde-llano-en-la-mitad-del-mundo/

Ministerio de Turismo. (2015). Registro de Alojamiento, Alimentos y Bebidas. Recuperado el 13 de abril del 2015, de

http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/registro-de-establecimientos-turisticos/registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidas/110

Quito Adventure. (s.f.). El Panecillo. Recuperado el 23 de enero de 2015, de: http://www.quitoadventure.com/espanol/relax-ecuador/lugares-turisticos-quito/lugares-historicos/el-panecillo.html

Quito Boutique Hotels. (2012). ¿Qué hace de un establecimiento un hotel boutique?. Recuperado el 28 de enero de 2015, de: http://www.quitoboutiquehotels.com/quito_butique_hotel_concepto.html

Quito Distrito Metropolitano. (2012). Servicios Ciudadanos LUAE. Recuperado el 13 de abril del 2015, de http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/index.php/en/noticias/228-nuevo-proceso-luaeb

Quito Distrito Metropolitano. (2012). Servicios Ciudadanos Patente Municipal. Recuperado el 13 de abril del 2015, de http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/lotaipfiles/2013/matrices2013/literal_D/DMT-0006_Patente_municipal.pdf

Registro Mercantil Quito. (2014). Registro Mercantil. Recuperado el 13 de abril del 2015, de http://registromercantil.gob.ec/quito/30-registros-mercantiles/guayaquil/servicios-guayaquil/148-constitucion-companias-anonimas-limitadas-comandita-acciones-economia-mixta.html

Servicio de Rentas Internas. (s.f.). Impuesto a la Renta. Recuperado el 13 de abril del 2015, de http://www.sri.gob.ec/de/impuesto-a-la-renta

Servicio de Rentas Internas. (s.f.). Impuesto al Valor Agregado. Recuperado el 13 de abril del 2015, de http://www.sri.gob.ec/de/iva

Soria, D. 2015. Encuesta "Análisis de viabilidad para la creación de un hotel boutique enfocado al segmento GLBTI en el sector centro norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, Recuperado el 02 de Marzo del 2015, de https://docs.google.com/spreadsheets/d/1_5b-pxYeFG7cv89Z6ly6AVVVoCTHR-jKEAgZ3YtBAf4/edit#gid=1346166091

Tren Ecuador. (2013). Tren Crucero. Recuperado el 23 de enero de 2015, de: http://trenecuador.com/crucero/es/quito-guayaquil/

Trip Advisor. (2014). Incluir su Negocio en Trip Advisor. Recuperado el 26 de marzo del 2015, de http://www.tripadvisor.es/GetListedNew

Entrevistas

Soria, E. (22 de enero de 2015). ¿Qué es la Fundación Ecuatoriana Equidad? (D. Soria, Entrevistador) Quito.