



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

TRABAJO DE TITULACIÓN
PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE

EFFECTUADO:

Desde Noviembre de 2012 hasta Mayo de 2013

REALIZADO POR:

Andrés Fernando Navarrete Delgado

Tutor:

Ing. Rolando Farfán Vera, MAE

INFORMACIÓN PERSONAL:

Dirección: Saucés IX Manzana L11 Villa 24.

Teléfono: 042645570 - 042574689

Celulares: 0994107531

Correo: afnd_nano@hotmail.com

Guayaquil - Ecuador

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD
DE GUAYAQUIL”**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Sr. Andrés Fernando Navarrete Delgado como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERO/A EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE.

Guayaquil, 5 de Junio de 2013

Ing. Rolando Farfán Vera
Tutor

Ing. G.E.I. María del Rocío Vallejo Fiallos
Lectora

Econ. Luis Fernando Hidalgo Proaño
Lector



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

NAVARRETE DELGADO ANDRÉS FERNANDO

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación denominado “Propuesta para la creación de un hotel boutique en la ciudad de Guayaquil”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación en mención.

Guayaquil, 5 de Junio de 2013

EL AUTOR

NAVARRETE DELGADO ANDRÉS FERNANDO



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

AUTORIZACIÓN

Yo, NAVARRETE DELGADO ANDRÉS FERNANDO

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del trabajo titulado: “Propuesta para la creación de un hotel boutique en la ciudad de Guayaquil”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, 5 de junio de 2013

EL AUTOR

NAVARRETE DELGADO ANDRÉS FERNANDO

DEDICATORIA

A DIOS, por haberme dado la sabiduría para terminar mi carrera y realizar este trabajo de titulación, también por darme fuerzas en los momentos que más lo he necesitado en mi vida.

A MI MADRE, porque ha sido padre y madre para mí, por ser mi ejemplo a seguir desde que tengo memoria, por haberme inculcado desde muy pequeño valores y responsabilidades los cuales me han ayudado a desarrollar como persona y profesional y por ser mi inspiración que me motiva a soñar con emprender mi propio negocio.

A MI HERMANO, por aconsejarme en todo momento, por ayudarme en los momentos que más lo he necesitado y por motivarme al igual que mi madre a perseguir mis sueños.

Andrés Fernando Navarrete Delgado

AGRADECIMIENTO

A DIOS, por ser mi fuente de inspiración, por llenarme de sabiduría para realizar este trabajo de titulación y por bendecirme en todo momento.

A MIS PADRES, por brindarme la oportunidad de desarrollar mi vida estudiantil, por dar siempre lo mejor de ellos para mi hermano y para mí, por su amor incondicional y por todos sus esfuerzos y sacrificios para poder terminar mi primera carrera universitaria.

A MI HERMANO, por siempre estar conmigo en los buenos y malos momentos y por motivarme a soñar en desarrollar nuevos proyectos junto a él.

A MI TUTOR, por compartirme sus conocimientos a lo largo de mi carrera universitaria y por guiar el desarrollo de este trabajo de titulación.

Andrés Fernando Navarrete Delgado

RESUMEN

La realización de este trabajo de titulación tiene como finalidad analizar la propuesta para la creación de un hotel boutique en la ciudad de Guayaquil llamado Residenza Boutique Hotel, que pretende generar nuevas plazas de trabajo, impulsar a la economía y satisfacer la demanda creciente de turistas que anualmente ingresan al país.

El mercado meta al cual está dirigido Residenza Boutique Hotel es a aquellos turistas nacionales y extranjeros de estrato socioeconómico medio – alto y alto, de 35 años en adelante. Este segmento de mercado por lo general tiende a disfrutar mucho de conocer nuevos lugares turísticos, descansar en lugares donde haya mucha tranquilidad, prefiere la exclusividad, el lujo y recibir una atención personalizada y de calidad.

Para que el hotel pueda comenzar sus operaciones se requiere una inversión inicial de \$3.446.882,02 USD, dicho monto será financiado en un 25% por los accionistas o socios y el 75% restante lo financiará la CFN (Corporación Financiera Nacional) a una tasa de interés activa del 11,50% a diez (10) años plazo.

De acuerdo a los estudios financieros realizados, el negocio es rentable debido a que los accionistas establecieron una tasa mínima aceptable requerida del 9,39% y al realizar las proyecciones financieras a diez años, descontando los flujos con la tasa requerida por los inversionistas se obtuvo una TIR del 16% y un valor actual neto (VAN) de \$1.349.103,48 con un periodo de recuperación de la inversión aceptable de 7 años y 2 meses debido a la magnitud de la inversión.

ABSTRACT

This graduation work has been developed to analyze the feasibility to introduce a boutique hotel in Guayaquil city called Residenza Boutique Hotel, to generate new work spaces, boost the economy, and satisfy the tourist growing demand in Ecuador.

The potential market which is aimed Residenza Boutique Hotel is to those domestic and foreign tourists of socioeconomic environment - higher at 35 and older. This market segment usually tends to enjoy a lot to see new sights, rest in places where tranquility, prefer exclusivity, luxury and receive personal attention

In order to start the hotel's operations, it is required \$3.446.882,02 USD as initial investment, this amount will be financed in 25% by the shareholders and the remaining 75% will be financed by CFN (Corporación Financiera Nacional) with an interest rate of 11,50% in a ten years period.

According to financial studies conducted, the business is profitable because the shareholders established a required minimum acceptable rate of 9.39% and during those ten-year financial projections, flows discounted at the rate required by investors obtained an IRR of 16% and a net present value (NPV) of \$1.349.103,48 with an acceptable payback period of 7 years and 2 months due to the size of the investment.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo de titulación fue realizado con la finalidad de investigar diferentes variables que permitan determinar la factibilidad de implementar un hotel boutique en la ciudad de Guayaquil para satisfacer la demanda creciente de turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad y que buscan un hospedaje de lujo, de calidad y acogedor al mismo tiempo.

Esta investigación está conformada por trece capítulos en su totalidad en los cuáles se analizaron exhaustivamente diferentes temas como:

Descripción de la Investigación, que hace referencia al problema, objetivos de investigación y justificación del tema; luego se analizó el capítulo de Descripción del Negocio donde se explica el modelo de negocio, en qué consiste el servicio y los objetivos de la empresa; el Entorno Jurídico de la compañía donde se establece el aspecto societario y laboral de la empresa, así como también las políticas internas del hotel, propiedad intelectual, y presupuesto; luego, la Auditoría de Mercado que incluye el análisis de la industria, análisis de la oferta y de la demanda, técnica de recogida y análisis de datos y la proyección de ventas de la industria; el Plan de Marketing donde se establece la campaña publicitaria a realizar, competencia y situación actual, de igual manera, estrategias y diseño del servicio, marketing mix, e-Commerce, E-business, E-marketing y presupuesto; el Plan Operativo donde se explica el funcionamiento de las operaciones del hotel, capacidad instalada, gestiones de calidad, ambiental, responsabilidad social y sus respectivos presupuestos; posteriormente, Análisis Financiero y Tributario, muestran los estados financieros y el entorno fiscal de la empresa; el Plan de Contingencia que prevé los supuestos en posibles circunstancias de riesgo e implementación de acciones correctivas. Finalmente los últimos capítulos comprenden el resumen, conclusiones, fuentes y anexos del Trabajo realizado.

ÍNDICE DE GENERAL

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL	I
“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”	II
CERTIFICACIÓN	III
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	IV
AUTORIZACIÓN	V
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO	VII
RESUMEN	VIII
ABSTRACT	IX
INTRODUCCIÓN	X
ÍNDICE DE GENERAL.....	XI
ÍNDICE DE TABLAS.....	XX
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	XXIII
ABREVIATURAS	XXV
RESUMEN EJECUTIVO	XXVII
1 DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	30
1.1 Tema – Título	30
1.2 Justificación	30
1.3 Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio	30
1.4 Contextualización del Tema u Objeto de Estudio	31
1.5 Objetivos de la Investigación	32
1.5.1 Objetivo General.....	32
1.5.2 Objetivos Específicos	32
1.6 Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información	32
1.7 Planteamiento del Fenómeno Paradigmático	32
1.7.1 Planteamiento del Problema	33
1.8 Fundamentación Teórica del Proyecto	33
1.8.1 Marco Referencial	33
1.8.2 Marco Teórico.....	34
1.8.3 Marco Conceptual	34
1.8.4 Marco Legal	35
1.8.5 Marco Lógico.	35

1.9	Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.....	36
1.10	Cronograma	37
2	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	39
2.1	Análisis de la Oportunidad	39
2.1.1	Descripción de la Idea de Negocio.....	40
2.1.2	Descripción de la Idea de Producto o Servicio.....	40
2.2	Misión, Visión y Valores de la Empresa.....	41
2.3	Objetivos de la Empresa	42
2.3.1	Objetivo General.....	42
2.3.2	Objetivos Específicos	42
2.4	Estructura Organizacional	42
2.4.1	Organigrama	42
2.4.2	Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias.....	43
2.4.3	Manual de Funciones.....	49
3	ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA.....	58
3.1	Aspecto Societario de la Empresa.....	58
3.1.1	Generalidades.....	58
3.1.2	Fundación de la Empresa.....	58
3.1.3	Capital Social, Acciones y Participaciones	59
3.1.4	Juntas Generales de Accionistas y-o Socios.....	59
3.1.5	Compañías Extranjeras	61
3.1.6	Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores.....	61
3.2	Aspecto Laboral de la Empresa.....	61
3.2.1	Generalidades.....	61
3.2.2	Mandato Constituyente #8.....	63
3.2.3	Tipos de Contrato de Trabajo	63
3.2.4	Obligaciones del empleador	64
3.2.5	Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración.....	65
3.2.6	Fondo de Reserva y Vacaciones.....	66
3.2.7	Asociaciones de Trabajadores	67
3.2.8	Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo	68
3.3	Contratación Civil	68
3.3.1	Principios Básicos de la Contratación	68

3.3.2	Contratos de Prestación de Servicios	69
3.3.3	Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios.....	69
3.3.4	Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos	69
3.3.5	Generalidades de la Contratación Pública.....	69
3.3.6	Contrato de Confidencialidad.....	70
3.4	Políticas de Buen Gobierno Corporativo	70
3.4.1	Código de Ética	70
3.4.2	Programa de Compensaciones	70
3.4.3	Políticas de Comunicación	71
3.5	Propiedad Intelectual	73
3.5.1	Registro de Marca.....	73
3.5.2	Manual de Procesos Productivos.....	74
3.5.3	Derecho de Autor del Trabajo de Titulación.....	74
3.5.4	Patente y-o Modelo de Utilidad	74
3.6	Seguros	74
3.6.1	Incendio	74
3.6.2	Robo.....	75
3.6.3	Fidelidad	75
3.6.4	Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato.....	75
3.6.5	Maquinarias y Equipos.....	76
3.6.6	Materia Prima y Mercadería.....	76
3.7	Presupuesto	76
4	AUDITORÍA DE MERCADO	78
4.1	PEST	78
4.2	Macro, Meso y Micro.....	81
4.3	Atractividad de la Industria	83
4.4	Análisis del Ciclo de Vida del Mercado.....	83
4.5	Matriz BCG	84
4.6	Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado.....	86
4.7	Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter	87
4.8	Análisis de la Oferta.....	90
4.8.1	Tipo de Competencia.....	90
4.8.2	Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial	90
4.8.3	Características de los Competidores	91

4.8.4	Benchmarking.....	92
4.9	Análisis de la Demanda.....	92
4.9.1	Segmentación de Mercado.....	92
4.9.2	Criterio de Segmentación	93
4.9.3	Selección de Segmentos	93
4.9.4	Perfiles de los Segmentos.....	94
4.10	Matriz FODA.....	94
4.11	Investigación de Mercado	95
4.11.1	Método	95
4.11.2	Diseño de la Investigación	95
4.11.2.1	Objetivos de la Investigación	95
4.11.2.2	Tamaño de la Muestra	96
4.11.2.3	Técnica de recogida y análisis de datos	97
4.11.2.3.1	Exploratoria.....	97
4.11.2.3.2	Concluyente	98
4.11.2.4	Análisis de Datos	98
4.11.2.5	Resumen e interpretación de resultados.....	98
4.11.3	Conclusiones de la Investigación de Mercado	114
4.11.4	Recomendaciones de la Investigación de Mercado.....	115
4.12	Cuantificación de la Demanda.....	115
4.12.1	Identificación del Mercado Potencial y la Demanda Potencial Insatisfecha	115
4.12.2	Proyección de Ventas a Cinco Años o Tiempo que Establezca el Payback.	118
5	PLAN DE MARKETING.....	120
5.1	Objetivos: General y Específicos.....	120
5.1.1	Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada	120
5.1.1.1	Tipo y Estrategias de Penetración	120
5.1.1.2	Cobertura	121
5.2	Posicionamiento.....	121
5.2.1	Estrategia de Posicionamiento	121
5.2.2	Valoración del Activo de la Marca (BAV)	121
5.3	Marketing Mix.....	122
5.3.1	Estrategia de Producto o Servicios	122
5.3.1.1	Descripción del Producto	123
5.3.1.2	Adaptación o Modificación del Producto.....	124

5.3.1.3	Empaque	124
5.3.1.4	Amplitud y Profundidad de Línea.....	124
5.3.1.5	Marcas y Submarcas	125
5.3.2	Estrategia de Precios	125
5.3.2.1	Precios de la Competencia	125
5.3.2.2	Poder Adquisitivo del Mercado Meta	127
5.3.2.3	Expectativa de los Accionistas.....	127
5.3.2.4	Políticas de Precio	127
5.3.3	Estrategia de Plaza.....	129
5.3.3.1	Localización	129
5.3.3.1.1	Macro Localización	129
5.3.3.1.2	Micro Localización	129
5.3.3.1.3	Ubicación.....	130
5.3.3.1.4	Distribución del Espacio	130
5.3.3.2	Sistema de Distribución Comercial	130
5.3.3.2.1	Canales de Distribución	130
5.3.3.2.2	Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.....	131
5.3.3.2.3	Red de Ventas.....	131
5.3.3.2.4	Políticas de Servicio al Cliente	131
5.3.4	Estrategias de Promoción	132
5.3.4.1	Estrategias ATL y BTL.....	132
5.3.4.2	Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria.....	134
5.3.4.3	Promoción de Ventas	134
5.3.4.3.1	Venta Personal	134
5.3.4.3.2	Trading	134
5.3.4.3.3	Clienting:	135
5.3.4.4	Publicidad.....	135
5.3.4.4.1	Estrategia de Lanzamiento	135
5.3.4.4.2	Plan de Medios.....	136
5.3.4.4.3	Mindshare	137
5.3.4.4.4	Publicidad Blanca	137
5.3.4.4.5	Merchandising.....	138
5.3.4.4.6	Relaciones Públicas	138
5.3.4.4.7	Marketing Relacional.....	139
5.3.4.4.8	Insights Marketing.....	140

5.3.4.4.9	Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto	140
5.3.4.4.10	Estrategias de E-Commerce , E-Business e E-Marketing.....	140
5.3.4.4.11	Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores	142
5.3.4.4.12	Diseño e Implementación de la Página Web	143
5.3.4.4.13	Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales	144
5.3.4.4.14	Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales	145
5.3.4.4.15	Marketing Social	145
5.3.4.5	Ámbito Internacional	146
5.3.4.5.1	Estrategia de Distribución Internacional	146
5.3.4.5.2	Estrategias de Precio Internacional.....	146
5.3.5	Cronograma	146
5.3.6	Presupuesto de Marketing.	147
5.3.7	Análisis de Rentabilidad del Offering.....	148
6 PLAN OPERATIVO.....		151
6.1	Producción	151
6.1.1	Proceso Productivo.....	151
6.1.2	Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos.....	153
6.1.3	Mano de Obra.....	155
6.1.4	Capacidad Instalada.....	156
6.1.5	Flujogramas de Procesos	157
6.1.6	Presupuesto.....	158
6.2	Gestión de Calidad.....	159
6.2.1	Procesos de planeación de calidad.....	159
6.2.2	Beneficios de las acciones proactivas	159
6.2.3	Políticas de calidad	160
6.2.4	Benchmarking.....	160
6.2.5	Proceso de aseguramiento de la calidad	161
6.2.6	Estándares de la calidad	161
6.2.7	Procesos de control de calidad.....	161
6.2.8	Certificaciones y Licencias	162
6.2.9	Presupuesto.....	162
6.3	Gestión Ambiental.....	162
6.3.1	Beneficios de las acciones proactivas.....	163
6.3.2	Políticas de protección ambiental	164
6.3.3	Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental.....	164

6.3.4	Estándares de la calidad ambiental	164
6.3.5	Procesos de control de calidad	165
6.3.6	Trazabilidad	165
6.3.7	Logística Verde	165
6.3.8	Certificaciones y Licencias	166
6.3.9	Presupuesto.....	166
6.4	Gestión de Responsabilidad Social	167
6.4.1	Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social	167
6.4.2	Políticas de protección social.....	168
6.4.3	Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa	169
6.4.4	Estándares de Responsabilidad Social Aplicables a Corto, Mediano y Largo Plazo.....	169
6.4.5	Procesos de controles sociales	170
6.4.6	Certificaciones y Licencias	170
6.4.7	Presupuesto.....	171
6.5	Balanced Scorecard & Mapa Estratégico.....	171
6.6	Otros temas relacionados al plan operativo.....	173
	<i>7 ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO</i>	<i>175</i>
7.1	Inversión Inicial	175
7.1.1	Tipo de Inversión	178
7.1.1.1	Fija.....	178
7.1.1.2	Diferida.....	179
7.1.1.3	Corriente	180
7.1.2	Financiamiento de la Inversión.....	180
7.1.2.1	Fuentes de Financiamiento	180
7.1.2.2	Tabla de Amortización	181
7.1.3	Cronograma de Inversiones.....	185
7.2	Análisis de Costos	187
7.2.1	Costos Fijos	187
7.2.2	Costos Variables	188
7.2.3	Costos de Producción	188
7.3	Capital de Trabajo	188
7.3.1	Costos de Operación.....	189
7.3.2	Costos Administrativos	190
7.3.3	Costos de Ventas	190
7.3.4	Costos Financieros.....	192

7.4	Análisis de Variables Críticas	193
7.4.1	Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.	193
7.4.2	Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas	194
7.4.3	Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.	198
7.5	Entorno Fiscal de la Empresa.....	198
7.5.1	Planificación Tributaria	198
7.5.1.1	Generalidades (Disposiciones Normativas).....	199
7.5.1.2	Minimización de la carga fiscal	199
7.5.1.3	Impuesto a la Renta	200
7.5.1.4	Impuesto al Valor Agregado.....	201
7.5.1.5	Impuestos a los Consumos Especiales	202
7.5.1.6	Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales	202
7.5.1.7	Impuestos al Comercio Exterior	202
7.5.1.8	Impuestos a las Herencias Legados y Donaciones	202
7.5.1.9	Impuestos a la Salida de Divisas.....	203
7.5.1.10	Impuestos a los Vehículos Motorizados.....	204
7.5.1.11	Impuestos a las Tierras Rurales.....	204
7.6	Estados Financieros proyectados.....	205
7.6.1	Balance General Inicial	205
7.6.2	Estado de Pérdidas y Ganancias	205
7.6.2.1	Flujo de Caja Proyectado.....	208
7.6.2.1.1	Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital	209
7.6.2.1.2	TMAR	209
7.6.2.1.3	VAN.....	209
7.6.2.1.4	TIR.....	210
7.6.2.1.5	PAYBACK.....	210
7.7	Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples	212
7.7.1	Escenario Probable.	212
7.7.2	Escenario Optimista.....	213
7.7.3	Escenario Pesimista	213
7.7.4	Otros escenarios.	214
7.7.4.1	Costo de Suministros y Servicios.....	215
7.7.4.2	Gastos Administrativos	215
7.7.4.3	Inversión en Activos Fijos.....	216
7.7.4.4	Tasa de interés promedio (puntos porcentuales).....	217

7.8	Balance General	218
7.8.1	Razones Financieras.....	221
7.8.1.1	Liquidez	221
7.8.1.2	Endeudamiento.....	221
7.8.1.3	Rentabilidad	222
7.9	Conclusión Financiera	222
8	PLAN DE CONTINGENCIA	224
8.1	Plan de administración del riesgo.....	224
8.1.1	Principales riesgos	225
8.1.2	Reuniones para mitigar los riesgos.....	227
8.1.3	Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists).....	228
8.2	Planeación de la respuesta al riesgo	229
8.2.1	Monitoreo y control del riesgo	229
8.2.2	Revisiones periódicas y evaluación del riesgo	229
8.2.3	Reporte del riesgo	229
8.2.4	Estrategias de Salida	230
8.3	Plan de Contingencia y Acciones Correctivas.....	230
9	CONCLUSIONES	233
10	RECOMENDACIONES	237
11	FUENTES	240
12	ANEXOS	247
13	MATERIAL COMPLEMENTARIO	262

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 MARCO LÓGICO	35
TABLA 2 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS Y PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN	36
TABLA 3 REQUISITOS PARA EL CARGO DE GERENTE GENERAL O ADMINISTRADOR DEL HOTEL	43
TABLA 4 REQUISITOS PARA EL CARGO DE JEFE DE ALOJAMIENTO.....	43
TABLA 5 REQUISITOS PARA EL CARGO DE JEFE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.....	44
TABLA 6 REQUISITOS PARA EL CARGO GERENTE DE MARKETING.....	44
TABLA 7 REQUISITOS PARA EL CARGO DE GERENTE DE FINANZAS.....	44
TABLA 8 REQUISITOS PARA EL CARGO DE GERENTE DE LOGÍSTICA	45
TABLA 9 REQUISITOS PARA EL CARGO DE JEFE DE MANTENIMIENTO.....	45
TABLA 10 REQUISITOS PARA EL CARGO DE GERENTE DE GESTIÓN HUMANA	45
TABLA 11 REQUISITOS PARA EL CARGO DE GERENTE DE MARKETING ELECTRÓNICO	46
TABLA 12 REQUISITOS PARA EL CARGO DE RELACIONISTA PÚBLICO.....	46
TABLA 13 REQUISITOS PARA EL CARGO DE RECEPCIONISTA.....	46
TABLA 14 REQUISITOS PARA EL CARGO DE CAMARERA	47
TABLA 15 REQUISITOS PARA EL CARGO DE BOTÓN.....	47
TABLA 16 REQUISITOS PARA EL CARGO DE MAITRE.....	47
TABLA 17 REQUISITOS PARA EL CARGO CHEF.....	48
TABLA 18 REQUISITOS PARA EL CARGO DE MESERO.....	48
TABLA 19 REQUISITOS PARA EL CARGO DE AUXILIAR DE COCINA.....	48
TABLA 20 REQUISITOS PARA EL CARGO DE PERSONAL DE LIMPIEZA	49
TABLA 21 REQUISITOS PARA EL CARGO DE CONTADOR	49
TABLA 22 BOSTON CONSULTING GROUP INDUSTRIA.....	84
TABLA 23 BOSTON CONSULTING GROUP RESIDENZA BOUTIQUE HOTEL	85
TABLA 24 CARACTERÍSTICAS DE LOS COMPETIDORES.....	91
TABLA 25 MATRIZ FODA	94
TABLA 26 CAPACIDAD INSTALADA POR PERSONAS	117
TABLA 27 CAPACIDAD INSTALADA POR HABITACIONES.....	117
TABLA 28 PRECIOS DE LA COMPETENCIA.....	126
TABLA 29 LISTA DE PRECIOS DE LAS HABITACIONES	128
TABLA 30 PLAN DE MEDIOS.....	137
TABLA 31 ANÁLISIS DE LA PROMOCIÓN ELECTRÓNICA DE LOS COMPETIDORES	142
TABLA 32 ESTRATEGIAS DE MARKETING A TRAVÉS DE REDES SOCIALES.....	144
TABLA 33 PRESUPUESTO DE MARKETING	147

TABLA 34 MAQUINARIA Y EQUIPO.....	153
TABLA 35 MUEBLES Y ENSERES.....	153
TABLA 36 EQUIPOS DE CÓMPUTO.....	155
TABLA 37 SUMINISTROS DE OFICINA.....	155
TABLA 38 CARGOS DE TRABAJADORES DEL HOTEL.....	156
TABLA 39 CAPACIDAD INSTALADA.....	156
TABLA 40 FLUJOGRAMA DE PROCESOS	157
TABLA 41 SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES ANUALES.....	158
TABLA 42 COSTOS DE MUEBLES Y EQUIPOS	159
TABLA 43 PRESUPUESTO DE GESTIÓN DE CALIDAD	162
TABLA 44 PRESUPUESTO DE GESTIÓN AMBIENTAL	166
TABLA 45 PRESUPUESTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	171
TABLA 46: BALANCE SCORECARD.....	171
TABLA 47 MAPA ESTRATÉGICO.....	172
TABLA 48 INVERSIÓN INICIAL	175
TABLA 49 ACTIVOS FIJOS.....	179
TABLA 50 ACTIVOS DIFERIDOS	179
TABLA 51: ACTIVOS CORRIENTE.....	180
TABLA 52 FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	181
TABLA 53: AMORTIZACIÓN	182
TABLA 54 COSTOS FIJOS.....	187
TABLA 55 CAPITAL DE TRABAJO	189
TABLA 56 GASTOS OPERACIONALES.....	189
TABLA 57 GASTOS ADMINISTRATIVOS	190
TABLA 58 GASTOS DE VENTA	191
TABLA 59 COSTOS UNITARIOS DE HABITACIONES SENCILLAS Y MATRIMONIALES	191
TABLA 60 COSTOS UNITARIOS DE HABITACIONES DOBLES Y FAMILIARES	192
TABLA 61 COSTOS UNITARIOS DE SUITES SENCILLAS Y SUITES PRESIDENCIALES	192
TABLA 62 GASTOS FINANCIEROS.....	193
TABLA 63 PRECIO DE HABITACIONES.....	193
TABLA 64 INGRESOS POR HABITACIONES AÑO 1 Y 2.....	195
TABLA 65 INGRESOS POR HABITACIONES AÑO 3 Y 4.....	195
TABLA 66 INGRESOS POR HABITACIONES AÑO 5 Y 6.....	195
TABLA 67 INGRESOS POR HABITACIONES AÑO 7 Y 8.....	196
TABLA 68 INGRESOS POR HABITACIONES AÑO 9 Y 10.....	196

TABLA 69 CAPACIDAD DEL HOTEL UTILIZADA, PROYECTADA	197
TABLA 70 PLANIFICACIÓN TRIBUTARIA	198
TABLA 71 IMPUESTO A LA RENTA PROYECTADO.....	200
TABLA 72 FECHAS PARA DE DECLARAR EL IVA	201
TABLA 73 BALANCE GENERAL INICIAL	205
TABLA 74 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	207
TABLA 75 FLUJOS DE CAJA PROYECTADOS	208
TABLA 76 CÁLCULO DE LA TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RETORNO (TMAR)	209
TABLA 77 VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	209
TABLA 78 TASA REAL DE INVERSIÓN (TIR).....	210
TABLA 79 PAYBACK.....	211
TABLA 80 ESCENARIO PROBABLE	212
TABLA 81 ESCENARIO OPTIMISTA	213
TABLA 82 ESCENARIO PESIMISTA	214
TABLA 83 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD SUMINISTROS DE OFICINA Y SERVICIOS BÁSICOS.....	215
TABLA 84 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	216
TABLA 85 ESCENARIO DE SENSIBILIDAD DE ACTIVOS FIJOS	216
TABLA 86 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD TASA DE INTERÉS PROMEDIO.....	217
TABLA 87 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DE CUATRO VARIABLES JUNTAS	217
TABLA 88 BALANCE GENERAL PROYECTADO	219
TABLA 89 ÍNDICE DE LIQUIDES	221
TABLA 90 ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO	221
TABLA 91 ÍNDICE DE RENTABILIDAD	222
TABLA 92 RIESGOS	224
TABLA 93 GASTOS PROYECTADOS.....	258
TABLA 94 DE DEPRECIACIÓN	259
TABLA 95 GASTOS A AMORTIZAR.....	260
TABLA 96 GASTOS DE MARKETING MENSUALES	262
TABLA 97 GASTOS ADMINISTRATIVOS MENSUALES	263
TABLA 98 GASTOS OPERACIONALES MENSUALES	264

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1 CRONOGRAMA.....	37
ILUSTRACIÓN 2 ORGANIGRAMA	42
ILUSTRACIÓN 3 DÉCIMO TERCERA Y DÉCIMO CUARTA REMUNERACIÓN.....	66
ILUSTRACIÓN 4 FONDOS DE RESERVA Y VACACIONES	67
ILUSTRACIÓN 5 ANÁLISIS DEL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.....	86
ILUSTRACIÓN 6 CINCO FUERZAS DE PORTER	89
ILUSTRACIÓN 7 TAMAÑO DE MUESTRA.....	96
ILUSTRACIÓN 8 MATRIZ DE TAMAÑOS MUESTRALES	97
ILUSTRACIÓN 9 PREGUNTA #1.....	99
ILUSTRACIÓN 10 PREGUNTA #2.....	99
ILUSTRACIÓN 11 PREGUNTA #3.....	100
ILUSTRACIÓN 12 PREGUNTA #4.....	101
ILUSTRACIÓN 13 PREGUNTA #5.....	101
ILUSTRACIÓN 14 PREGUNTA #6.....	102
ILUSTRACIÓN 15 PREGUNTA #7.....	103
ILUSTRACIÓN 16 PREGUNTA #8.....	103
ILUSTRACIÓN 17 PREGUNTA #9.....	104
ILUSTRACIÓN 18 TABULACIÓN PREGUNTA #9.....	105
ILUSTRACIÓN 19 PREGUNTA #10.....	105
ILUSTRACIÓN 20 PREGUNTA #11.....	106
ILUSTRACIÓN 21 TABULACIÓN PREGUNTA #11	107
ILUSTRACIÓN 22 PREGUNTA #12.....	108
ILUSTRACIÓN 23 PREGUNTA #13.....	108
ILUSTRACIÓN 24 TABULACIÓN DE LA PREGUNTA #13.....	109
ILUSTRACIÓN 25 PREGUNTA #14.....	110
ILUSTRACIÓN 26 PREGUNTA #15.....	110
ILUSTRACIÓN 27 IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL.....	116
ILUSTRACIÓN 28 PROYECCIÓN DE VENTAS DE LA INDUSTRIA.....	118
ILUSTRACIÓN 29 CRONOGRAMA DE MARKETING	146
ILUSTRACIÓN 30 ANÁLISIS DE RENTABILIDAD.....	149
ILUSTRACIÓN 31 CRONOGRAMA DE INVERSIONES.....	186
ILUSTRACIÓN 32 DISEÑO DEL EDIFICIO	265
ILUSTRACIÓN 33 DISEÑO LATERAL DEL EDIFICIO	265
ILUSTRACIÓN 34 VISTA NOCTURNA DEL EDIFICIO	266

ILUSTRACIÓN 35 BANNER.....	266
ILUSTRACIÓN 36 BOLSAS DEL HOTEL.....	267
ILUSTRACIÓN 37 TARJETA PROGRAMA DE RECOMPENSAS.....	267
ILUSTRACIÓN 38 PUBLICIDAD PARA PERIÓDICOS.....	268
ILUSTRACIÓN 39 ENTRADA DE HABITACIÓN.....	268
ILUSTRACIÓN 40 HABITACIÓN 1.....	269
ILUSTRACIÓN 41 HABITACIÓN 2.....	269
ILUSTRACIÓN 42 ÁREA DE PISCINA.....	270
ILUSTRACIÓN 43 RECEPCIÓN.....	270
ILUSTRACIÓN 44 RECEPCIÓN 2 ÁREA.....	271
ILUSTRACIÓN 45 LOGO Y SLOGAN DEL HOTEL.....	271

ABREVIATURAS

- AHOTEC:** Federación Hotelera del Ecuador
- BCE:** Banco Central del Ecuador
- BAV:** Brand Asset Valuator
- BCG:** Boston Consulting Group
- BTL:** Below The Line.
- CFN:** Corporación Financiera Nacional
- FODA:** Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas
- ICE:** Impuesto a Consumos Especiales
- IEPI:** Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual
- IESS:** Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
- INCOP:** Instituto Nacional de Contratación Pública
- INEC:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
- ISO:** International Organization for Standardization
- IVA:** Impuesto al Valor Agregado
- OMT:** Organización Mundial de Turismo
- PEST:** Político Económico Social Tecnológico
- PIB:** Producto Interno Bruto
- PYMES:** Pequeñas y Medianas Empresas
- RUC:** Registro Único de Contribuyentes
- SOAT:** Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito
- SRI:** Servicio de Rentas Internas del Ecuador
- TIR:** Tasa Interna de Retorno
- TMAR:** Tasa Mínima Atractiva de Retorno

UCSG: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

VAN: Valor Actual Neto

VIP: Very Important person

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios propone la creación de “Residenza Boutique Hotel”, un hotel boutique que brinda un servicio personalizado a cada uno de sus huéspedes y que cuenta con una infraestructura temática en la cual se conjuga la tecnología con un toque colonial en el diseño interior de sus instalaciones y que además cuenta con una tienda de recuerdos y venta de réplicas de los muebles del hotel. La idea surge de la necesidad de satisfacer la demanda creciente de turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Guayaquil.

El hotel está dirigido a aquellos turistas nacionales y extranjeros de 35 años en adelante de nivel socioeconómico Clase Media Alta que buscan un lugar donde puedan relajarse, tener privacidad, realizar turismo en los principales lugares atractivos y turísticos de Guayaquil y deleitar sus paladares con los más finos platos típicos del Ecuador. El hotel está diseñado en un edificio de cuatro pisos con 45 habitaciones de diferentes precios y estilos en un terreno de 3000 metros cuadrados y que además cuenta con piscina, hidromasajes, spa, mesas de billar, bar lounge, entre otros atractivos.

Este trabajo de titulación surge de la iniciativa de un joven universitario de la carrera de emprendedores de la UCSG, que busca aplicar sus conocimientos y poner en marcha un hotel boutique que satisfaga las necesidades de los turistas que ingresan a la ciudad de Guayaquil.

Este trabajo de titulación está dividido en trece capítulos, que analiza diferentes factores determinantes para su realización, donde se consideró la parte legal del hotel, estudio de mercado, plan de marketing, plan operativo, análisis financieros y finalmente un plan de contingencia.

Residencia Boutique Hotel contará con 31 empleados altamente capacitados para poder ofrecer un servicio de calidad y calidez a cada huésped.

El Trabajo busca establecer estrategias para captar y fidelizar clientes mediante campañas de publicidad en redes sociales, programas de recompensa, seguimiento post-venta, entre otras.

Para poder iniciar las operaciones del hotel se requiere una inversión inicial alrededor de \$ 3.446.882,02 que será financiada con el 25% como aporte de los accionistas y el 75% restante mediante un préstamo a la Corporación Financiera Nacional a un plazo máximo de 10 años a una tasa de interés del 11,50%.

Finalmente el estudio financiero muestra los siguientes resultados que determinan que el negocio es rentable: VAN \$1.349.103,48, TMAR 9,39%, TIR 16% y PAYBACK a 7 años y 2 meses en el análisis del escenario probable.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 1

1 DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema – Título

Propuesta para la creación de un hotel boutique en la ciudad de Guayaquil.

1.2 Justificación

En Ecuador existe turismo potencialmente en desarrollo el cual brinda una oportunidad a los inversionistas para crear nuevos proyectos que ayuden a fomentarlo y que mejor manera que dando un hospedaje de lujo a aquellos turistas exigentes que buscan algo fuera de lo común y que a su vez demuestre la historia y cultura del Ecuador mezclado con la tecnología actualizada y de última generación.(Ecuadorinmediato.com, 2013)

1.3 Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

Este trabajo de titulación se realizará mediante una investigación utilizando métodos cuantitativos y cualitativos para analizar la factibilidad de implementar un hotel boutique en la ciudad de Guayaquil. El estudio de mercado será realizado en el Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo, donde se realizarán encuestas a los turistas nacionales y extranjeros elegidos al azar con la finalidad de medir la aceptación de las personas hacia Residenza Boutique Hotel. Además se analizarán diferentes aspectos como: legales referente a impuestos, obligaciones y leyes que deben cumplir los hoteles en Guayaquil, se realizará un plan de marketing en relación con el estudio de mercado mencionado anteriormente, se evaluarán las responsabilidades sociales y ambientales que deben cumplir los hoteles, se medirán los procesos internos y finalmente se realizará un análisis financiero y de riesgos para evaluar en todos los sentidos si el negocio es viable o no.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

1.4 Contextualización del Tema u Objeto de Estudio

Este trabajo de titulación se realizará bajo el Plan Nacional del Buen Vivir SENPLADES (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo) acogiéndose a los objetivos 4, 6 y 11 del mismo que manifiestan, garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable, garantizar el trabajo estable, justo y digno, en diversidad de formas y establecer un sistema económico social, solidario y sostenible. (SENPLADES, 2012) Además este trabajo de titulación se ajusta a una línea en particular del SINDE (Sistema de Investigación y Desarrollo) de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil que menciona: Organización y administración de PYMES y su relación con los sectores públicos y privados. (SINDE, 2013)

En Ecuador existen pocos hoteles boutique por lo que no se ha establecido una tendencia aún en las personas ni un conocimiento claro sobre dicho segmento de hotelería, los denominados Hoteles Boutique están siendo cada vez más populares en la industria hotelera, el término "Hotel Boutique" fue popularizado en Norteamérica y el Reino Unido para describir Hoteles íntimos, usualmente lujosos y muy particulares en su género. Es habitual que estos sean temáticos, con mucho estilo en sus instalaciones y buen gusto. Y aunque son considerados más pequeños que los hoteles de cadenas 4 y 5 estrellas, cuentan con un rango aproximado desde 3 a 100 habitaciones como máximo (Condes, 2012)

Considerando el incremento del turismo en el Ecuador más la creación y buena acogida de Hoteles Boutique en países de Norteamérica y del Reino Unido los mismos que consisten en ofrecer a sus clientes además del hospedaje un lugar donde se pueda comprar todo lo que necesitan durante el tiempo que estén en el hotel, se ha decidido constituir un hotel boutique para los turistas de clase media - alta en la ciudad de Guayaquil. (Vela, 2012)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

1.5 Objetivos de la Investigación

1.5.1 Objetivo General

- Determinar la factibilidad de construir un hotel boutique en Guayaquil – Ecuador.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Analizar las variables macro y micro económicas que inciden en este trabajo de titulación
- Determinar la demanda de hoteles boutique en Guayaquil.
- Determinar el nivel de aceptación de los turistas respecto a los hoteles boutique.
- Determinar las preferencias de los huéspedes respecto a los servicios que ofrecen los hoteles.
- Determinar el segmento de mercado para los hoteles boutique.
- Determinar el monto a invertir.
- Determinar la rentabilidad del proyecto.

1.6 Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.

Se utilizará la recolección de datos cualitativos y cuantitativos por lo que se basará la investigación mediante documentos como: editoriales, artículos, ensayos, entrevistas, informes, experiencias, monografías, entre otros medios de investigación, además mediante encuestas para determinar los segmentos de mercado y el comportamiento de la demanda de los turistas ante los hoteles boutique en Guayaquil.

1.7 Planteamiento del Fenómeno Paradigmático

Se aplicará el fenómeno paradigmático cualitativo o interpretativo para determinar el comportamiento de las personas en la sociedad y la aceptación ante el nuevo proyecto de un hotel boutique en la ciudad de Guayaquil ya que si bien

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

es cierto existen muchos hoteles en el país, las personas aún no se familiarizan con el concepto de “hotel boutique”, por lo cual se debe informar y dar a conocer a las personas sobre este nuevo modelo de hoteles en la campaña pre-operacional guiado por el departamento de marketing.

1.7.1 Planteamiento del Problema

Ante el crecimiento del turismo en el Ecuador una problemática que las personas afrontan hoy en día es no tener un lugar donde los turistas puedan recibir una estadía con atención personalizada y de alta calidad en hoteles dentro de la ciudad de Guayaquil, si bien es cierto existen una gran variedad de cadenas hoteleras de cinco y cuatro estrellas (hoteles de lujo), pero el servicio que estos brindan no es necesariamente el de un hotel de esta magnitud. Lo que los turistas hoy en día buscan en un país donde el crecimiento arquitectónico, cultural, social y económico es cada vez más alto; es obtener un buen descanso, un excelente servicio con atención personalizada y con todas las facilidades que esta conlleve para sus satisfacciones. El hotel boutique conjuga todas estas características en un espacio acogedor pero a la vez lujoso donde la prioridad del servicio se encuentra en la satisfacción del cliente. (Diario Hoy, 2013)

1.8 Fundamentación Teórica del Proyecto

1.8.1 Marco Referencial

Los hoteles boutique son singulares, no son ni grandes ni pequeños pero prestan un servicio similar a los hoteles 5 estrellas además de contar con instalaciones muy lujosas; dichos hoteles comenzaron a aparecer a principios de los años 80 en Europa.

Se caracterizan por ser hoteles de lujo y a la vez con un servicio personalizado donde los huéspedes se sienten a gusto y en privacidad, donde se conjuga además la mezcla de muchas culturas del mundo, encontrando en su decoración una combinación de lo histórico con lo moderno, dándole una

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

elegancia y majestuosidad por todos los muebles y accesorios en su interior.(Ortega, 2011)

1.8.2 Marco Teórico

La industria hotelera ha evolucionado en el transcurso de las décadas, la hotelería comenzó a mediados del siglo XVII cuando el progreso en la transportación le permitía a la gente recorrer grandes distancias y a un bajo costo, en esa época no existían hoteles como hoy en día para poderse hospedar durante su permanencia en los lugares de destino; por lo consiguiente las personas que viajaban tenían que dormir en tiendas en los lugares donde les cogiera la noche, luego de esto las personas vieron una oportunidad de generar dinero ofreciendo un rincón de sus hogares que habitualmente no eran habitados para alquilarlos generando un servicio para cubrir esa necesidad, la misma que fue creciendo en el tiempo convirtiéndose luego en una de las primeras industrias en generar un servicio a cambio de dinero y construyendo lugares específicos para alquilar habitaciones accesibles al ciudadano común.(Jeimy, 2008)

1.8.3 Marco Conceptual

Los hoteles boutique se apartan del resto por su individualidad. Se los denomina con el nombre de “hotel boutique” por ser pequeños, acogedores, únicos, lujosos y con una temática y ambiente en especial que los diferencia del resto de hoteles de las grandes cadenas hoteleras de 4 y 5 estrellas. En su mayoría los hoteles boutique están conformados por menos de 50 habitaciones lo cual puede variar dependiendo la extensión del terreno donde se vaya a construir o la casa donde se vaya a remodelar para luego convertirse en hotel. Dentro de la categoría de hoteles boutique éstos pueden conformarse de 3 habitaciones y hasta un máximo de 100 y particularmente se caracterizan por brindar un servicio personalizado a sus huéspedes para que éstos puedan experimentar algo fuera de lo común. (Peña, 2011)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

1.8.4 Marco Legal

No existe una ley en la constitución del Ecuador sobre la hotelería como tal, pero si bien es cierto los hoteles son parte fundamental del turismo y es por esto que este trabajo de titulación debe regirse bajo el proyecto de la Ley Orgánica de Turismo que en sus artículos 1, 2 y 3 promueve y prioriza como interés nacional el desarrollo de las actividades turísticas en el Ecuador. Además este trabajo de titulación se acoge a los incisos 8, 13, 27 y 35 del artículo 6 de esta ley que principalmente fomenta el desarrollo del turismo receptivo y social y la ejecución de nuevos proyectos como tal. (Ley Orgánica de Turismo, 2012)

1.8.5 Marco Lógico.

Tabla 1 Marco Lógico

SINTESIS NARRATIVA	INDICADORES	FUENTES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS O HIPÓTESIS
OBJETIVO GENERAL. •Determinar la factibilidad de construir un hotel boutique en Guayaquil – Ecuador.	<ul style="list-style-type: none"> Volumen de ingresos. 	<ul style="list-style-type: none"> Facturas 	<ul style="list-style-type: none"> Incremento de impuestos. Incremento de la inflación.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS. •Determinar la demanda de hoteles boutique en Guayaquil.	<ul style="list-style-type: none"> Análisis de mercado 	<ul style="list-style-type: none"> Encuestas. Análisis del comportamiento en el mercado de la hotelería. 	<ul style="list-style-type: none"> Impedimento en el aeropuerto de realizar encuestas. Falta de tiempo.
•Determinar las preferencias de los huéspedes respecto a los servicios que ofrecen los hoteles boutique.	<ul style="list-style-type: none"> Encuestas Entrevistas. 	Resultados de ingresos a partir del primer año para medir los factores de atracción. Tabulación de encuestas	<ul style="list-style-type: none"> Falta de tiempo. Respuestas ficticias en las encuestas.
•Determinar el nivel de aceptación de los turistas respecto a los hoteles boutique.	Campañas de marketing y alianzas estratégicas. Nivel de ingresos.	Publicidad boca a boca. Facturas	Factores externos que no permitan la realización de las actividades.
Determinar el segmento de mercado para los hoteles boutique.	Entrevistas a expertos de hoteles boutique. Investigaciones. Encuestas.	Análisis de las entrevistas. Ponderación de las encuestas	Factores externos que no permitan la realización de las actividades.

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- 1.9 Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.

Tabla 2 Formulación de Hipótesis y preguntas de la investigación

Objetivos	Hipótesis	Preguntas
Determinar la factibilidad de construir un hotel boutique en Guayaquil – Ecuador.	Mientras no se administre bien ni se cumpla con todos los servicios de calidad, no se llenará el hotel.	¿Tendrá la acogida necesaria para ser un proyecto sustentable?
Determinar la demanda de hoteles boutique en Guayaquil	Mientras menos hoteles boutique existan en Guayaquil, mayor será la demanda.	¿Cuántos hoteles boutiques hay en Guayaquil?
Determinar las preferencias de los huéspedes respecto a los servicios que ofrecen los hoteles	Mientras más altos sean los precios, menos personas se hospedarán en el hotel.	¿Cuántas personas se hospedarán anualmente?

Elaborado por: El autor

El servicio de la industria hotelera es un negocio rentable en Ecuador y en todas partes del mundo y cada vez se puede observar más la creciente de la demanda de este servicio, a medida que pasan los años se incrementa el número de turistas en el país y esto motiva a los inversionistas a crear nuevos proyectos para satisfacer esa demanda. Además de generar ingresos por el hospedaje, en el caso de los hoteles boutique existen otras vías para generar ingresos, tales como: ventas de activos del hotel (por su temática de ser un hotel boutique), servicio de restaurante, servicios de movilización, turismo interno, entre otros, que guiados por un buen plan de trabajo y una buena administración puede ser muy rentable.(Medina, 2010)

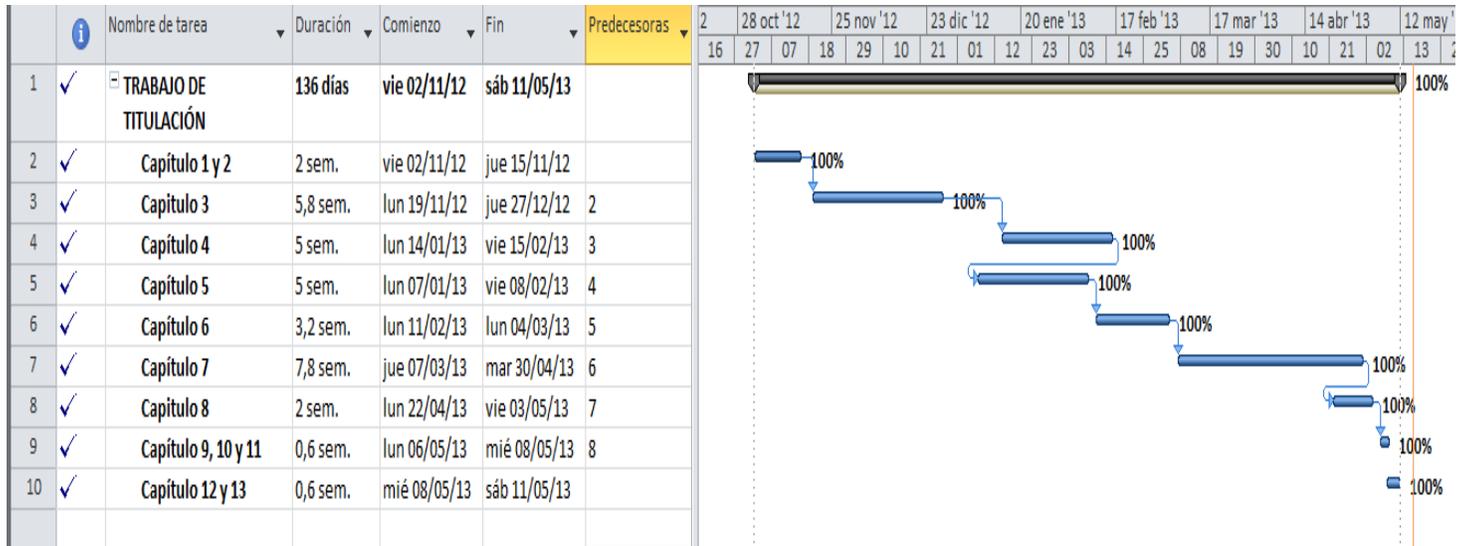
El servicio del hotel boutique ofrece una alternativa diferentes para aquellos turistas que prefieren salir de lo convencional y probar diferentes alternativas donde además de recibir un servicio 100% personalizado puedan deleitarse con una mezcla de la cultura guayaquileña y la tecnología de última generación de países de primer mundo, pueden comprar parte de la galería del hotel y llevarse consigo un lindo recuerdo.(Jimenez, 2012)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

1.10 Cronograma

El cronograma de actividades para este trabajo de titulación y su desarrollo fue elaborado en Microsoft Project y se lo puede visualizar en el documento anexo 2 de este trabajo de titulación.

Ilustración 1 Cronograma



Elaborado por: El autor

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 2

2 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1 Análisis de la Oportunidad

En Guayaquil existe una gran oportunidad de ofrecer un servicio de hospedaje no convencional y que mejor manera que innovando o mejorando el típico servicio de hotelería con un nuevo estilo de negocio como son los hoteles boutique. El negocio de hotelería es rentable o lucrativo viéndolo desde cualquier punto de vista, porque genera ingresos por cualquier servicio que se brinde en particular, fuera del hospedaje.

Los hoteles en Guayaquil compiten por calificaciones de estrellas, en particular el mercado de 5 estrellas se encuentra copado porque existen muchas cadenas internacionales que se han posicionado en ese segmento de mercado, además de algunas cadenas nacionales, actualmente existe un mercado atractivo para hoteles de 3 y 4 estrellas ya que aún este mercado no está cubierto del todo, pero Residenza Boutique Hotel no entra en competencia con los hoteles de calificación por estrellas porque maneja un concepto totalmente diferente a dichos hoteles.(Cabrera, 2011)

Este hotel se diferencia por ser lujoso pero hogareño, además se caracteriza por brindar confort y atención personalizada, con la ventaja de entrar en un mercado completamente nuevo y atractivo, ya que no existe mucha competencia en este segmento de hoteles debido a que en Ecuador no son muy comunes; si bien es cierto existen muchos hoteles de renombre en la ciudad de Guayaquil por ser considerados hoteles 5 estrellas tales como Hilton Colon, Sheraton, Courtyard Marriot, Sonesta, Oro Verde, entre otros. En Guayaquil solo existen en un número muy reducido hoteles boutique que se caracterizan unos de otros por sus diferentes temáticas y Residenza Boutique Hotel busca ser el más fuerte en este segmento de mercado.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

2.1.1 Descripción de la Idea de Negocio.

Residencia Boutique Hotel se caracterizará por innovar en algo que aún no existe en el medio, y esto es, realizar un hotel con una temática colonial mezclada con la tecnología de última generación que conjugue la historia y belleza de la ciudad de Guayaquil así como también la modernización y avances tecnológicos y culturales que han desarrollado los guayaquileños, brindando un servicio totalmente personalizado para la satisfacción de los clientes en un ambiente acogedor.

2.1.2 Descripción de la Idea de Producto o Servicio

Hospedaje con servicio personalizado 24/7 satisfaciendo las necesidades de los clientes y atendiendo todas las solicitudes que hagan desde la habitación como fuera de ella, es un hotel pequeño pero lujoso que ofrece conformidad, descanso y diversión al mismo tiempo con una diversidad de actividades para realizar durante la estancia de los clientes como en un hotel 5 estrellas, pero todo es mucho más personalizado dependiendo las exigencias y necesidades de los huéspedes.

Además el hotel contará con:

- Piscinas (niños y adultos)
- Hidromasajes.
- Sauna
- Áreas verdes
- Parrilla
- Tienda de recuerdos, artículos de tecnología y de Guayaquil antiguo
- Bar-lounge
- Restaurante
- Lobby

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Tecnología en todas las instalaciones del hotel.
- Servicio totalmente personalizado.
- Instalaciones modernas con un toque antiguo en su interior.

2.2 Misión, Visión y Valores de la Empresa

Misión

Brindar una experiencia inolvidable, incomparable y atención personalizada a los clientes conjugando las tradiciones guayaquileñas con la más alta tecnología, satisfaciendo las necesidades de todos los huéspedes desde el momento que llegan a las instalaciones del hotel con la finalidad de que regresen y recomienden a sus familiares y amigos el servicio de Residenza Boutique Hotel.

Visión.

Expandir los servicios de Residenza Boutique Hotel como la cadena de hoteles boutique más grande del Ecuador, posicionándose en la mente de los turistas como la primera opción al buscar hospitalidad.

Valores.

Todos quienes conformen Residenza Boutique Hotel estarán comprometidos con responsabilidad a dar un excelente servicio con calidad y calidez a todos los huéspedes, tomando como punto de referencia la satisfacción del cliente. Por lo cual será primordial que apliquen los valores como puntualidad, compromiso, trabajo en equipo, lealtad, respeto, gentileza entre otros valores que serán fortalecidos mediante charlas y seminarios motivacionales para brindar el mejor servicio de hotelería y confort a cada huésped.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

2.3 Objetivos de la Empresa

2.3.1 Objetivo General

- Ser el líder de los hoteles boutique en el Ecuador expandiendo la marca Residenza Boutique Hotel alrededor de todo el país.

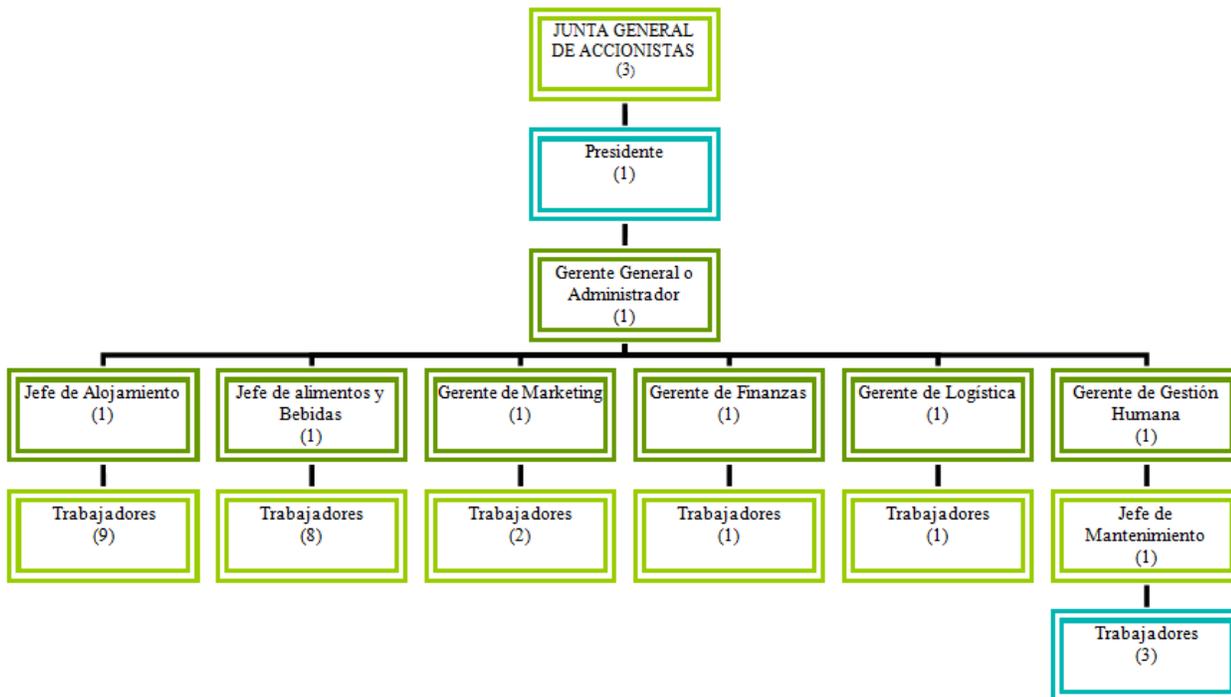
2.3.2 Objetivos Específicos

- Posicionar a Residenza Boutique Hotel en la industria hotelera como la primera opción para los turistas que buscan un servicio de calidad en la ciudad de Guayaquil.
- Generar utilidades a partir del primer año.
- Recuperar la inversión inicial en un periodo de 8 años máximo.
- Generar nuevas plazas de trabajo.
- Desarrollar a largo plazo nuevos proyectos para las principales ciudades del país.

2.4 Estructura Organizacional

2.4.1 Organigrama

Ilustración 2 Organigrama



Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

2.4.2 Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

Se han seleccionado los cargos por el tipo de negocio y para llegar a tener buenas bases desde el primer día de funcionamiento del proyecto. A continuación se detallan los cargos y perfiles por competencia de Residenza Boutique Hotel:

Tabla 3 Requisitos para el cargo de Gerente General o Administrador del Hotel

Sexo	Indiferente
Edad	De 27 años en adelante
Estudios	Superior.
Especialidad	Administración de empresas o afines
Post-Grado	Indispensable
Experiencia	3 Años como mínimo en puestos similares.
Idiomas extranjeros	Inglés (Avanzado)

Elaborado por: El autor

Tabla 4 Requisitos para el cargo de Jefe de Alojamiento

Sexo	Indiferente
Edad	De 24 años en adelante
Estudios	Superior.
Especialidad	Hotelería y turismo / Administración o afines
Post-Grado	No indispensable
Experiencia	2 Años como mínimo en puestos similares.
Idiomas extranjeros	Inglés (Avanzado) – Francés (Básico)

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 5 Requisitos para el cargo de Jefe de Alimentos y Bebidas

Sexo	Indiferente
Edad	De 26 años en adelante
Estudios	Superior.
Especialidad	Hotelería y turismo o afines / Gastronomía
Post-Grado	No indispensable
Experiencia	4 Años como mínimo en puestos similares.
Idiomas extranjeros	Inglés (avanzado) – Francés (básico)

Elaborado por: El autor

Tabla 6 Requisitos para el cargo Gerente de Marketing

Sexo	Indiferente
Edad	De 25 años en adelante
Estudios	Superior.
Especialidad	Ingeniería en Marketing y Publicidad o afines
Post-Grado	No indispensable
Experiencia	3 Años como mínimo en puestos similares.
Idiomas extranjeros	Inglés (avanzado) – Francés (básico)

Elaborado por: El autor

Tabla 7 Requisitos para el cargo de Gerente de Finanzas

Sexo	Indiferente
Edad	De 25 años en adelante
Estudios	Superior.
Especialidad	Economía o afines
Post-Grado	No indispensable
Experiencia	3 Años como mínimo en puestos similares.
Idiomas extranjeros	Inglés (avanzado)

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 8 Requisitos para el cargo de Gerente de Logística

Sexo	Indiferente
Edad	De 25 años en adelante
Estudios	Superior.
Especialidad	Gerencia en logística o afines.
Post-Grado	No indispensable
Experiencia	2 Años como mínimo en puestos similares.
Idiomas extranjeros	Inglés (avanzado)

Elaborado por: El autor

Tabla 9 Requisitos para el cargo de Jefe de Mantenimiento

Sexo	Indiferente
Edad	De 25 años en adelante
Estudios	Bachiller técnico.
Especialidad	Técnica.
Post-Grado	No indispensable
Experiencia	5 Años como mínimo en puestos similares.
Idiomas extranjeros	Inglés (Básico)

Elaborado por: El autor

Tabla 10 Requisitos para el cargo de Gerente de Gestión Humana

Sexo	Indiferente
Edad	De 24 años en adelante
Estudios	Superior.
Especialidad	Licenciatura en administración de recursos humanos o afines.
Post-Grado	No indispensable
Experiencia	3 Años como mínimo en puestos similares.
Idiomas extranjeros	Inglés (avanzado)

Elaborado por: El autor

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

Tabla 11 Requisitos para el cargo de Gerente de Marketing Electrónico

Sexo	Indiferente
Edad	De 23 años en adelante
Estudios	Superior.
Especialidad	Ingeniería en marketing y publicidad o afines
Post-Grado	No indispensable
Experiencia	3 Años como mínimo en puestos similares.
Idiomas extranjeros	Inglés (avanzado)

Elaborado por: El autor

Tabla 12 Requisitos para el cargo de Relacionista Público

Sexo	Indiferente
Edad	De 23 años en adelante
Estudios	Superior.
Especialidad	Ingeniería en marketing y publicidad o afines
Post-Grado	No indispensable
Experiencia	2 Años como mínimo en puestos similares.
Idiomas extranjeros	Inglés (avanzado)

Elaborado por: El autor

Tabla 13 Requisitos para el cargo de Recepcionista

Sexo	Indiferente
Edad	De 24 años en adelante
Estudios	Superior.
Especialidad	Hotelería y turismo o afines
Post-Grado	No indispensable
Experiencia	3 Años como mínimo en puestos similares.
Idiomas	Inglés (Avanzado) – Francés (Básico)

Elaborado por: El autor

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

Tabla 14 Requisitos para el cargo de Camarera

Sexo	Indiferente
Edad	De 24 años en adelante
Estudios	Superior.
Especialidad	Bachiller
Post-Grado	No indispensable
Experiencia	3 Años como mínimo en puestos similares.
Idiomas	Inglés (Básico)

Elaborado por: El autor

Tabla 15 Requisitos para el cargo de Botón

Sexo	Indiferente
Edad	De 24 años en adelante
Estudios	Superior.
Especialidad	Hotelería y turismo o afines
Post-Grado	No indispensable
Experiencia	3 Años como mínimo en puestos similares.
Idiomas	Inglés (Avanzado) – Francés (Básico)

Elaborado por: El autor

Tabla 16 Requisitos para el cargo de Maitre

Sexo	Indiferente
Edad	De 24 años en adelante
Estudios	Superior.
Especialidad	Hotelería y turismo o afines
Post-Grado	No indispensable
Experiencia	3 Años como mínimo en puestos similares.
Idiomas	Inglés (Avanzado) – Francés (Básico)

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 17 Requisitos para el cargo Chef

Sexo	Indiferente
Edad	De 24 años en adelante
Estudios	Superior.
Especialidad	Gastronomía o afines
Post-Grado	No indispensable
Experiencia	3 Años como mínimo en puestos similares.
Idiomas	Inglés (Avanzado)

Elaborado por: El autor

Tabla 18 Requisitos para el cargo de Mesero

Sexo	Indiferente
Edad	De 24 años en adelante
Estudios	Superior.
Especialidad	Hotelería y turismo o afines
Post-Grado	No indispensable
Experiencia	3 Años como mínimo en puestos similares.
Idiomas	Inglés (Avanzado) – Francés (Básico)

Elaborado por: El autor

Tabla 19 Requisitos para el cargo de Auxiliar de Cocina

Sexo	Indiferente
Edad	De 24 años en adelante
Estudios	Superior.
Especialidad	Hotelería y turismo o afines
Post-Grado	No indispensable
Experiencia	3 Años como mínimo en puestos similares.
Idiomas	Inglés (Avanzado) – Francés (Básico)

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 20 Requisitos para el cargo de Personal de Limpieza

Sexo	Indiferente
Edad	De 24 años en adelante
Estudios	Bachiller.
Especialidad	Indiferente
Post-Grado	No indispensable
Experiencia	3 Años como mínimo en puestos similares.
Idiomas	Inglés (Básico)

Elaborado por: El autor

Tabla 21 Requisitos para el cargo de Contador

Sexo	Indiferente
Edad	De 24 años en adelante
Estudios	Superior.
Especialidad	CPA / Economía / Ingeniería Comercial o afines
Post-Grado	No indispensable
Experiencia	3 Años como mínimo en puestos similares.
Idiomas	Inglés (Básico)

Elaborado por: El autor

2.4.3 Manual de Funciones

Nivel: Gerente General o Administrador.

Encargado de desarrollar las metas del hotel boutique en conjunto con la junta general de accionistas para el buen desempeño de los trabajadores de la empresa para alcanzar los objetivos planteados anualmente, debe coordinar con las oficinas administrativas todo los procesos para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente, además debe convocar las juntas directivas o asambleas del hotel, hacer cumplir las decisiones que se tomen en

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

dichas juntas directivas y apoyar a todas las actividades que se realicen en el hotel, debe también realizar evaluaciones periódicamente a todos los departamentos del hotel para controlar el desarrollo de sus actividades, así como también debe coordinar con las oficinas administrativas si se están cumpliendo a cabalidad los registros y análisis planteados, planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de la junta general de accionistas.(RecursosHumanos.com, 2008)

Debe también desarrollar las metas del hotel para alcanzar los objetivos planteados anualmente, Organizar, planear, supervisar, coordinar y controlar los procesos del hotel, la ejecución de las funciones administrativas y técnicas, la realización de programas y el cumplimiento de las normas legales de la empresa.

Nivel: Gerente de Marketing.

Funciones y responsabilidades: Preparar planes estratégicos de mercadeo y objetivos a corto y a largo plazo así como también de controlar las acciones del departamento, además debe calcular la demanda del mercado, debe también encargarse de brindar una constante capacitación a sus colaboradores del departamento para mejorar las estrategias de marketing, además es responsable de buscar alianzas estratégicas con diferentes agencias de viajes e instituciones gubernamentales encargadas de promover el turismo interno y también de entidades del extranjero que envíen delegaciones al país con frecuencia.

Debe buscar a potenciales clientes para el hotel, además de ofrecer un servicio post-venta llamando a los clientes para corroborar la eficiencia del servicio brindado, es responsable de las campañas publicitarias e imagen del hotel, debe desarrollar estudios de mercado, campañas de mercadeo, promoción, crear nuevos canales de ventas, buscar innovaciones para el desarrollo de los servicios brindados, y trabajar en conjunto con el gerente de marketing electrónico para realizar estrategias mediante páginas web y redes sociales además de mantener

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

siempre contacto con el gerente de logística para crear una buena imagen del servicio e imagen corporativa.(Ariansen, 2010)

Nivel: Gerente de Marketing Electrónico.

Encargado de realizar campañas publicitarias por medio de redes sociales o herramientas electrónicas, así como de crear una página web del hotel y darle constante mantenimiento y movimiento, actualizando la información con todos los datos brindados por los diferentes departamentos encargados de generar estrategias de venta y publicidad, debe también entregar reportes sobre los trabajos que realice al Gerente General de Marketing.(Abad, 2011)

Nivel: Relacionista Público.

Responsable de trabajar en conjunto con quienes conforman el departamento de marketing para generar una buena imagen y conseguir los contactos necesarios para realizar buenas relaciones públicas con la finalidad de atraer nuevos clientes y que el hotel permanezca todo el tiempo trabajando a su máxima capacidad.(Cedeño, 2009)

Nivel: Gerente de Logística.

Encargado de controlar el buen desempeño de las funciones en todos los servicios de cada área del hotel desde el servicio de atención de los guardias hasta el servicio de los gerentes y presidente del hotel calificando mensualmente dichos resultados mediante sistemas de cuantificación de calidad del servicio para luego en conjunto con el gerente de Gestión humana utilizar los recursos necesarios para fortalecer las debilidades encontradas. Encargado de controlar que todo funcione perfectamente, que la imagen del hotel siempre sea la mejor y de analizar nuevos cambios en la imagen o diseños internos y externos del hotel manteniendo siempre la elegancia de las instalaciones, además de crear estrategias para las actividades de los suministros de la empresa (Distribución, transporte, almacenaje, proveedores, entre otros), coordinar y controlar los procesos logísticos del restaurante y hospedaje de los clientes y debe mantenerse

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

al día y reaccionar a las influencias externas, como la legislación, las normas relevantes y las necesidades de los clientes.(Cuadros, 2011)

Nivel: Gerente de Finanzas.

Encargado de presentar las declaraciones de impuestos ante la ley, controlar el funcionamiento y llenado de las facturas, encargado de cubrir las nóminas de los empleados del hotel, mantener siempre informados a la junta directiva del hotel sobre las mejores opciones de inversiones, realizar presupuestos y proyecciones a futuro de nuevos proyectos para mejorar el funcionamiento del hotel, entre otros rubros bajo informes mensuales y anuales para luego decidir en conjunto con los directivos del hotel futuras inversiones que se puedan realizar.(Ibazeta, 2011)

Nivel: Jefe de Mantenimiento.

Encargado de hacer que todo funcione como corresponde en cuanto a la limpieza del hotel y mantenimiento de los equipos, debe controlar que los conserjes, encargados de limpieza y camareras desempeñen adecuadamente su trabajo para mantener siempre una buena imagen ante los clientes del hotel.(RecursosHumanos.Com, 2008)

Nivel: Jefe de Alojamiento o Recepción

Encargado que el departamento de recepción trabaje adecuadamente, realiza los horarios del personal a su disposición, receptar las quejas de los clientes para luego trabajar en conjunto con departamentos de logística, mantenimiento, cocina, administración, entre otros mediante reuniones laborales, para enfocarse en las base de datos de quejas de los clientes y trabajar en ello para un cambio pronto en lo que se esté fallando y mejorar el servicio que se ofrece en el hotel, con el objetivo de siempre mantener conforme a los huéspedes encargándose hasta del más mínimo detalle para el buen funcionamiento del hotel.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Debe realizar informes semanales al departamento de Gestión humana sobre algún cambio en los horarios o si se necesita de la contratación de alguien más para el mejor desempeño de la recepción. Debe también siempre estar pendiente de los huéspedes ofreciéndoles todos los servicios e informándolos de las actividades que se realicen en el hotel.(Ahumada, 2009)

Nivel: Jefe de Alimentos y Bebidas.

Encargado de regir el desempeño de los cocineros, barman y los meseros, además debe realizar la gestión necesaria para en conjunto con el administrador fijar los precios de los alimentos y bebidas del hotel, debe también asegurarse de la buena presentación de los platos que se van a servir los clientes y de la imagen personal de cada uno de los meseros para brindar una buena imagen de servicio a los huéspedes. Debe también realizar un informe diario al departamento financiero de lo que se vende en el restaurante y el bar del Hotel.(Díaz, 2010)

Nivel: Gerente de Gestión Humana

Encargado de contratar al personal del hotel, realizar los contratos de todos los empleados y de desarrollar informes mensuales de las actividades de su departamento para las juntas generales de accionistas, es también encargado de calcular los beneficios de ley que le corresponden a todos los empleados, de hacer las gestiones para pagar y declarar impuestos en conjunto con el contador del hotel y de receptar las denuncias en caso de que existiesen para luego reportar al abogado que represente al hotel, entre otras actividades.(Bracca, 2012)

Nivel: Recepcionista.

Encargado de receptar a los huéspedes que lleguen al hotel y de brindar la información sobre los servicios que se ofrecen, debe también receptar llamadas de reservación y revisar constantemente el correo electrónico para separar las reservaciones que hagan los turistas por medio de alguna empresa aliada a Residenza Boutique Hotel dentro y fuera del país, así como también debe revisar

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

la base de datos de la página web del hotel constantemente y ver a los clientes que se registren en la página para en conjunto con el departamento de marketing electrónico tomar dicha base de datos y enviarle información personalizada a cada uno, debe coordinar también con el botones la llegada de nuevos huéspedes dependiendo de las reservaciones para que éste cumpla con su trabajo desde el momento que llegue el cliente al hotel. (Veras, 2009)

Nivel: Camarera.

Debe arreglar las habitaciones del hotel y dar constante mantenimiento cuando los huéspedes no se encuentren en sus habitaciones, debe proveer materiales de aseo a los baños del hotel y de las habitaciones, también debe corroborar algún desperfecto en las instalaciones del hotel e informar al jefe de mantenimiento para que éste a su vez busque una solución inmediata sin incomodar a los huéspedes en ningún momento, así mismo debe controlar el consumo de alimentos y bebidas de los huéspedes dentro de las habitaciones para luego pasar el reporte al encargado de facturación, también tiene que obedecer a todas las disposiciones del jefe de alojamiento y estar a las disposiciones del cliente cada vez que éste necesite algo en su habitación como: cambiar las sábanas, brindar almohadas adicionales, cambiar las toallas, entre otros requerimientos.(Rueda, 2011)

Nivel: Maitre.

Encargado del salón del comedor del hotel, debe dar órdenes a los meseros para el buen servicio en su atención al cliente, debe sugerir también los platos del día y es el responsable también de recibir a los huéspedes del hotel, dirigirlos a recepción y despedirlos luego (Cruz, 2010)

Nivel: Chef.

Es el jefe de la cocina, debe supervisar a los cocineros del hotel e indicarles cómo deben mantener la comida siempre fresca y con un alto estándar de calidad además de una muy buena presentación en todos los platos, también debe

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

encargarse de comunicarle a los cocineros el menú diario, y de seleccionar los productos de los proveedores con los que se va a cocinar.(Affeld, 2012)

Nivel: Mesero.

Es el encargado de comunicarse directamente con los clientes y son quienes van a brindar la imagen del servicio del restaurante del hotel, es encargado de tomar los pedidos, llevar los platos y bebidas a la mesa, brinda el servicio personalizado a cada huésped en el restaurante, entre otras actividades.(Antonio, 2011)

Nivel: Auxiliar de Cocina.

Es el encargado de brindar ayuda a los cocineros y al chef, debe preparar las salsas según las indicaciones del chef, debe lavar los vegetales, ayudar a servir los platos y decorarlos, lavar platos entre otras actividades en la cocina.(Diamond, 2012)

Nivel: Contador.

Encargado de llevar la contabilidad del hotel, declarar los impuestos, implementar un sistema financiero para medir eficazmente las transacciones diarias y de los libros, debe también realizar flujos de caja y planes anuales con proyecciones para luego pasar informes al gerente financiero y éste a su vez lo discuta con el administrador para luego en junta general tratar dichas proyecciones para que puedan ser tomadas las decisiones de los accionistas, debe también trabajar en conjunto con el administrador y gerente financiero para desarrollar peticiones de éstos dos últimos mencionados.(Cosoy, 2010)

Nivel: Encargado de limpieza.

Encargado de mantener limpia las instalaciones del hotel como: restaurante, lobby, pasillos, baños entre otros y de cumplir las disposiciones del jefe de mantenimiento, además debe comunicar sobre algún desperfecto que

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

encuentre en las instalaciones, muebles o equipos del hotel a su superior para dar una solución inmediata.

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 3

3 ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1 Aspecto Societario de la Empresa

3.1.1 Generalidades

La idea de implementar un hotel boutique en la ciudad de Guayaquil, surge por lo novedoso que es este tipo de hoteles en comparación con hoteles de categoría de cuatro y cinco estrellas, éste se caracteriza por ser igual de lujoso pero más hogareño, conjugando lo moderno con un toque colonial, con menos habitaciones, vende parte de sus muebles si alguna persona así lo desee, además ofrece un servicio de calidad y calidez a sus huéspedes; y también se lo consideró implementar porque es la nueva tendencia en modelos de hoteles como se mencionó anteriormente en el primer capítulo y por el evidente crecimiento del turismo en el Ecuador que se puede palpar a simple vista por la visita de extranjeros al país y a la ciudad de Guayaquil en particular por diversos motivos. Se decidió también implementarlo porque familiares de los accionistas ya conocen del negocio de la industria hotelera y su información y experiencia podría ser muy útil para la realización de este trabajo de titulación.

Residenza Boutique Hotel deberá regirse bajo el reglamento de la Federación Hotelera del Ecuador (AHOTEC) sobre los permisos, tasas, reglamentos y otras obligaciones que deben cumplir los establecimientos de alojamiento. Ver en anexo 1 de los archivos adjuntos a este trabajo de titulación.

3.1.2 Fundación de la Empresa

La empresa será fundada bajo el formato de sociedad anónima debido a que inicialmente la empresa estará compuesta por 3 accionistas que aportarán por porcentajes del sesenta (60%), veinte (20%) y veinte (20%) por ciento al 25% del capital total de la compañía que no será financiado por la CFN. Los cuales tendrán derechos sobre dicho capital porcentualmente y sobre las utilidades de la

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

empresa, más no tendrán derecho sobre los activos de la misma; se pretende a futuro sacar al mercado acciones luego de consolidarse la compañía para que nuevos inversionistas nacionales o extranjeros inyecten capital a la empresa siempre y cuando así lo decida la junta general de accionistas.

3.1.3 Capital Social, Acciones y Participaciones

El 75% del capital social de la compañía será financiado por la CFN (Corporación Financiera Nacional) y el otro 25% será financiado porcentualmente por los inversionistas y socios a la vez de acuerdo a los montos porcentuales de las acciones que serán repartidas en el 60% para el Sr. Andrés Fernando Navarrete Delgado y el 40% para dos accionistas más, la Lcda. Mercedes Delgado Mieles y el Sr. Antonio Javier Navarrete Delgado, repartidos en porcentajes iguales, es decir, el 20% para cada uno.

Inicialmente el capital social será del valor de \$1000,00 que corresponden al valor de inscripción de la empresa en la superintendencia de compañías más los gastos de abogados y luego, bajo junta general de accionistas se decidirá a cuanto se incrementará el valor del capital social de la empresa otorgando la opción de compra prioritaria para los accionistas a valor nominal, caso contrario serán puestas en el mercado para quienes quieran invertir en el hotel a precio de mercado.

3.1.4 Juntas Generales de Accionistas y-o Socios

Se realizará juntas generales de accionistas ordinarias haciendo la convocatoria con 8 días de anticipación por medio de la prensa una vez al año y bajo los parámetros que determina la ley para decidir el destino de las utilidades de la compañía y juntas generales extraordinarias las veces que fuesen necesarias para tomar alguna decisión en beneficio de la compañía bajo el mismo formato. Toda convocatoria a junta general se realizará mediante un aviso suscrito por el Gerente General o Administrador a cada uno de los accionistas del hotel.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

En caso de no completar el 50% más uno en la primera convocatoria ésta quedará postergada y deberá repetirse el procedimiento llamando a una segunda convocatoria bajo los parámetros que exige la ley, la cual se ejecutará con las personas que se encuentren presente.

En caso de encontrarse el 100% de los accionistas presente, se decretará una junta universal y se decidirá lo que se crea necesario en beneficio de Residenza Boutique Hotel, siempre y cuando dicha decisión sea tomada por el 50% más uno de los accionistas en representación porcentual como lo determina la ley.

La representación legal de Residenza S.A estará a cargo del accionista mayoritario quien a la vez ejercerá el cargo de presidente de la compañía y quien por medio de un nombramiento será elegido como tal y deberá ser inscrito en el registro mercantil.

El suplente legal de Residenza S.A será el administrador o gerente general quién por medio de un estatuto será nombrado como tal como la ley lo determina y podrá ejercer su poder siempre y cuando el representante legal principal así lo autorice bajo un escrito y dejando una constancia con su firma, dicho suplente cada vez que firme deberá escribir al pie de página que éste firma en calidad de suplente legal de la compañía; en caso de firmar sin autorización del representante legal de la empresa y éste estuviera en desacuerdo con dicho documento, el representante legal titular podrá anular dicho documento en el transcurso de 72 horas laborales.

La junta general de accionistas elegirá a los gerentes del hotel para los diferentes departamentos incluyendo al Gerente General o Administrador del hotel mediante decisión del cincuenta por ciento más uno de los accionistas en las votaciones y dichas decisiones deberán regirse hasta una nueva reforma de la junta general.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3.1.5 Compañías Extranjeras

Este literal no aplica para este trabajo de titulación porque será una compañía anónima fundada en el Ecuador, pero en caso de que fuese una compañía extranjera que opere en el país deberá cumplir con los siguientes aspectos para su desarrollo según la ley de compañías del Ecuador en su artículo 23 que se cita a continuación.

“Art. 23. Las compañías extranjeras que operen en el país y estén sujetas a la vigilancia de la Superintendencia de Compañías deberán enviar a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año: a) Copias autorizadas del balance anual y del estado de cuenta de pérdidas y ganancias de su sucursal o establecimiento en el Ecuador; b) La nómina de los apoderados o representantes; c) Copia autorizada del anexo sobre el Movimiento Financiero de Bienes y Servicios, del respectivo ejercicio económico; y, d) Los demás datos que solicite la Superintendencia. Los documentos que contengan los datos requeridos en este artículo se presentarán suscritos por los personeros y en la forma que señale la Superintendencia de Compañías.”(Ley de Compañías, 2012)

3.1.6 Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores

Este literal no aplica por el momento, pero a futuro dependiendo del desarrollo de la empresa se decidirá la participación o no de la compañía en la bolsa de valores del Ecuador bajo la decisión de la junta general de accionistas.

3.2 Aspecto Laboral de la Empresa

3.2.1 Generalidades

Debido al análisis que se ha realizado en el capítulo 2, la empresa ha decidido contratar a 31 empleados que serán divididos funcionalmente y que recibirán además de su sueldo todos los beneficios de ley y dependiendo si se extiende su jornada laboral recibirán el pago de horas extras según las leyes del Código de Trabajo, además se les elaborarán los contratos con una cláusula de

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

prueba de 90 días en caso de que una de las dos partes durante este período quiera dar por terminado el contrato y se elaborarán contratos de plazo fijo y de carácter indefinido al pasar el primer año de contrato, los sueldos y cargos se definen de la siguiente manera:

- 1 presidente al mando del hotel que recibirá un sueldo de \$1500.
- 1 gerente general o administrador como segunda cabeza de la compañía que recibirá un sueldo de \$1000.
- 1 Jefe de alojamiento que recibirá un sueldo de \$700 y que tendrá a su disposición a 2 recepcionistas que percibirán un sueldo de \$450, 2 botones o mayordomos y 5 camareras que percibirán el sueldo básico que según la ley es de \$318.00
- 1 Jefe de alimentos y bebidas que percibirá un sueldo de \$700 y que tendrá a su cargo a 2 chef's con sueldos de \$500, 2 maitres con sueldos de \$450, 3 meseros y un auxiliar de cocina con sueldo básico.
- 1 gerente de marketing que recibirá un sueldo de \$700 y que tendrá a su cargo a un gerente de marketing electrónico y a 1 relacionista público con sueldos de \$500.
- 1 gerente de finanzas con un sueldo de \$700 y que tendrá a su cargo a 1 contador con un sueldo de \$600.
- 1 gerente de logística que percibirá un sueldo de \$700 y que tendrá a su cargo a 1 gerente de gestión humana con un sueldo de \$500.
- 1 jefe de mantenimiento con un sueldo de \$600 que tendrá a su disposición a 3 conserjes con sueldo básico que según la ley es de \$318,00.
- Además de las disposiciones de ley según el Código de Trabajo que deben cumplir los trabajadores del hotel deberán regirse y cumplir con las disposiciones internas que se encontrarán en el reglamento interno de la compañía.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3.2.2 Mandato Constituyente #8

El hotel deberá regirse bajo las leyes impuestas por el Código de Trabajo y además deberá cumplir la orden del mandato constituyente #8 que en sus artículos 1 y 2 determina: “art. 1.- Se elimina y prohíbe la tercerización e intermediación laboral y cualquier forma de precarización de las relaciones de trabajo en las actividades a las que se dedique la empresa o empleador. La relación laboral será directa y bilateral entre trabajador y empleador.”

“Art. 2.- Se elimina y prohíbe la contratación laboral por horas.”(Mandato Constituyente #8, 2012)

Además garantiza la estabilidad laboral y exige que se le pague los beneficios de ley y la afiliación al seguro social obligatoria

3.2.3 Tipos de Contrato de Trabajo

El contrato de trabajo se da cuando existe un acuerdo entre el empleador y el trabajador firmando un documento bajo cláusulas que impone el empleador en el contrato y fijando un valor económico en el mismo creando una relación laboral. En el caso de Residenza Boutique Hotel existirá una cláusula de prueba en todos sus contratos y manejará 3 tipos de contratos dependiendo de las circunstancias y son:

Cláusula de prueba.- En todos los modelos de contratos será fundamental establecer esta cláusula que consiste en poner bajo prueba al trabajador durante un periodo máximo de 90 días por si una de las dos partes decide dar por terminado el contrato sin perjudicar a ninguna de las dos partes.

Contrato a tiempo fijo.- Este tipo de contrato debe ser fijado con una fecha exacta de duración pero debe ser mínimo por un año, en caso de que el empleador quiera dar por terminado el contrato al finalizar la fecha establecida anteriormente; éste debe aplicar el desahucio enviando una notificación por escrito

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

con 30 días de anticipación a la fecha de vencimiento del contrato como mínimo y al finalizar el contrato el empleador deberá pagar los proporcionales de vacaciones, décimo tercera y décimo cuarta remuneración además del tiempo que ha trabajado durante el último mes. En caso de no enviar la notificación con 30 días de anticipación y el empleador dé por terminada la relación laboral, el empleador deberá liquidar a su trabajador como despido intempestivo de acuerdo a como lo determina el Código de Trabajo. En caso de no aplicar el desahucio y se venciera el contrato, si ninguna de las dos partes da por terminada la relación laboral el contrato automáticamente pasa a ser un contrato de tiempo indefinido.

Contrato a tiempo indefinido: Este tipo de contrato no tiene un tiempo fijo de duración pero se establece con un tiempo mínimo de un año de relación laboral, para dar por terminado este tipo de contratos tiene que ser por las siguientes causas: renuncia, despido intempestivo, desahucio o visto bueno según lo determina el Código de Trabajo.

Contrato eventual: Cuando se dé el caso de que uno de los empleados se enferme o no pueda asistir a trabajar normalmente se contratará a otra persona para que cubra ese espacio bajo un contrato eventual hasta que se reintegre el empleado sustituido a sus actividades, o puede darse también cuando incrementen las actividades del hotel y se contrate a alguien por temporada, este tipo de contrato no puede exceder su plazo de 180 días dentro de un mismo año.

3.2.4 Obligaciones del empleador

Residenza S.A como empleador deberá cumplir con las obligaciones de ley según el Código de Trabajo con todos sus trabajadores de la siguiente manera:

- Debe asegurar a cada uno de sus trabajadores al seguro social IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social) desde el primer día que comienza a laborar en el hotel descontando el 9.35% del sueldo del trabajador como agente de retención para luego pagarlo en conjunto con el aporte patronal que se calcula

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

el 11.15% del sueldo del trabajador y que tiene por obligación pagarlo el empleador.

- Debe ingresar todos los contratos al Ministerio de Trabajo y Empleo para que sean legalizados.
- Debe pagar todos los beneficios sociales que determina el código del trabajo (décimo tercera, décimo cuarta remuneración, vacaciones, fondos de reserva a partir del segundo año de trabajo).
- Debe pagar utilidades en el mes de abril como un derecho que tiene el trabajador de participar de las utilidades de la empresa en un 15%. Recibirán el 10% de las utilidades cada empleado y aquellos que tengan cargas familiares recibirán el 5% por cada carga adicionalmente.
- Los trabajadores recibirán bonificaciones por logros mensuales según lo estipulado en el reglamento interno de la compañía.

3.2.5 Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración

El empleador tiene como obligación calcular a cada uno de sus trabajadores las remuneraciones del décimo tercer y décimo cuarto sueldo como lo dispone la ley en el Código de Trabajo y debe calcularse de la siguiente manera:

Décimo tercer sueldo.- La sumatoria de todo lo percibido por el trabajador durante el año (sueldo, bonificaciones, horas extras, entre otros) dividido para doce. Se calcula desde el 1 de Diciembre al 30 de noviembre, en caso de no haber completado un año entre estas dos fechas el trabajador deberá recibir el monto proporcional de lo trabajado durante el año, calculándolo de la misma manera por el número de meses que haya trabajado.

Décimo cuarto sueldo.- Es una remuneración equivalente a un sueldo básico del año en curso, se lo calcula del 1 de abril al 30 de marzo, en caso de no completar un año durante este periodo, el trabajador deberá recibir el proporcional de los meses que haya trabajado.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 3 Décimo tercera y décimo cuarta remuneración

CARGOS	CANTIDAD DE TRABAJADORES	SUELDOS	SUELDOS TOTALES	APORTACIÓN PATRONAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO
PRESIDENTE	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 167,25	\$ 1.500,00	\$ 318,00
GERENTE GENERAL	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 111,50	\$ 1.000,00	\$ 318,00
JEFE DE ALOJAMIENTO	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 78,05	\$ 700,00	\$ 318,00
RECEPCIONISTAS	2	\$ 450,00	\$ 900,00	\$ 100,35	\$ 900,00	\$ 318,00
BOTONES	2	\$ 318,00	\$ 636,00	\$ 70,91	\$ 636,00	\$ 318,00
CAMARERAS	5	\$ 318,00	\$ 1.590,00	\$ 177,29	\$ 1.590,00	\$ 318,00
JEFE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 78,05	\$ 700,00	\$ 318,00
CHEF	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00	\$ 111,50	\$ 1.000,00	\$ 318,00
MAITRE	2	\$ 450,00	\$ 900,00	\$ 100,35	\$ 900,00	\$ 318,00
MESERO	3	\$ 318,00	\$ 954,00	\$ 106,37	\$ 954,00	\$ 318,00
AUXILIAR DE COCINA	1	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 35,46	\$ 318,00	\$ 318,00
GERENTE DE MARKETING	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 78,05	\$ 700,00	\$ 318,00
GERENTE DE MERCADEO ELECTRONICO	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 55,75	\$ 500,00	\$ 318,00
RELACIONISTA PUBLICO	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 55,75	\$ 500,00	\$ 318,00
GERENTE DE FINANZAS	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 78,05	\$ 700,00	\$ 318,00
GERENTE DE GESTIÓN HUMANA	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 55,75	\$ 500,00	\$ 318,00
CONTADOR	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 66,90	\$ 600,00	\$ 318,00
JEFE DE MANTENIMIENTO	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 66,90	\$ 600,00	\$ 318,00
CONSERJE	3	\$ 318,00	\$ 954,00	\$ 106,37	\$ 954,00	\$ 318,00
TOTAL	31	\$ 10.990,00	\$ 15.252,00	\$ 1.700,60	\$ 15.252,00	\$ 6.042,00

Elaborado por: El autor

3.2.6 Fondo de Reserva y Vacaciones

El fondo de reserva es un incentivo que percibe el trabajador para ahorrar y lo recibe a partir del segundo año de trabajo en una misma empresa y corresponde a un sueldo básico del año en curso adicional dividido para cada mes, se lo paga mensualmente al IESS o se lo puede adherir al sueldo dependiendo del acuerdo con el trabajador.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Las vacaciones, es otro beneficio social que tienen los trabajadores y corresponde a 15 días de vacaciones pagadas a partir del primer año trabajando en la misma compañía de acuerdo al Código de Trabajo.

Ilustración 4 Fondos de reserva y vacaciones

CARGOS	CANTIDAD DE TRABAJADORES	SUELDOS	SUELDOS TOTALES	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA
PRESIDENTE	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 750,00	\$ 318,00
GERENTE GENERAL	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 500,00	\$ 318,00
JEFE DE ALOJAMIENTO	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 350,00	\$ 318,00
RECEPCIONISTAS	2	\$ 450,00	\$ 900,00	\$ 450,00	\$ 318,00
BOTONES	2	\$ 318,00	\$ 636,00	\$ 318,00	\$ 318,00
CAMARERAS	5	\$ 318,00	\$ 1.590,00	\$ 795,00	\$ 318,00
JEFE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 350,00	\$ 318,00
CHEF	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00	\$ 500,00	\$ 318,00
MAITRE	2	\$ 450,00	\$ 900,00	\$ 450,00	\$ 318,00
MESERO	3	\$ 318,00	\$ 954,00	\$ 477,00	\$ 318,00
AUXILIAR DE COCINA	1	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 159,00	\$ 318,00
GERENTE DE MARKETING	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 350,00	\$ 318,00
GERENTE DE MERCADEO ELECTRONICO	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 250,00	\$ 318,00
RELACIONISTA PUBLICO	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 250,00	\$ 318,00
GERENTE DE FINANZAS	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 350,00	\$ 318,00
GERENTE DE GESTIÓN HUMANA	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 250,00	\$ 318,00
CONTADOR	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 300,00	\$ 318,00
JEFE DE MANTENIMIENTO	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 300,00	\$ 318,00
CONSERJE	3	\$ 318,00	\$ 954,00	\$ 477,00	\$ 318,00
TOTAL	31	\$ 10.990,00	\$ 15.252,00	\$ 7.626,00	\$ 6.042,00

Elaborado por: El autor

3.2.7 Asociaciones de Trabajadores

Los trabajadores tienen el derecho de crear asociaciones dentro de la compañía según el Código de Trabajo para representar al resto de trabajadores o hacer un reclamo ante cualquier eventualidad y puede ser de la siguiente manera:

Sindicato: Debe estar conformado por 30 trabajadores que firman un acuerdo para poder protestar en caso de estar en desacuerdo con los dirigentes

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

del hotel o con alguna medida que se haya tomado y que haga que se sientan afectados.

Comité de empresa: Es la asociación de la mitad de los trabajadores de la empresa con los mismos objetivos de los sindicatos y éste no puede estar compuesto por menos de 30 trabajadores

3.2.8 Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo

La inclusión de discapacitados a las empresas ya forma parte del Código de Trabajo y debe cumplirse para evitar sanciones por parte del Ministerio de Trabajo, el hotel deberá incluir al menos a un discapacitado porque cumple con lo estipulado de acuerdo al Art. 42 inciso 33 que menciona:

El empleador público o privado, que cuente con un número mínimo de veinticinco trabajadores, está obligado a contratar, al menos, a una persona con discapacidad, en labores permanentes que se consideren apropiadas en relación con sus conocimientos, condición física y aptitudes individuales, observándose los principios de equidad de género y diversidad de discapacidad, en el primer año de vigencia de esta ley contando desde la fecha de su publicación en el registro oficial. En el segundo año la contratación será del 1% del total de los trabajadores, en el tercer año el 2% en el cuarto año el 3% hasta llegar al quinto año en donde la contratación será del 4% del total de los trabajadores, siendo ese el porcentaje fijo que se aplicará en los siguientes años.(Código de Trabajo, 2012)

3.3 Contratación Civil

3.3.1 Principios Básicos de la Contratación

Un contrato es un acuerdo voluntario entre dos o más personas en el cual las partes buscan un beneficio en común y se comprometen a dar, hacer o no hacer algo. En el caso del Residenza Boutique Hotel celebrará contratos de

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

adhesión con algunos proveedores comprometiéndose o adhiriéndose a lo que la otra empresa diga y viceversa.

3.3.2 Contratos de Prestación de Servicios

Se realizará un contrato con la pastelería “Pasteles & Compañía” para que provea con pan y dulces al restaurante del hotel para poder preparar los desayunos todos los días con productos frescos y con un alto nivel de calidad.

3.3.3 Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios

Las principales cláusulas contractuales de prestación de servicios con el proveedor de Residenza Boutique Hotel EMPRESA PASTELES & COMPAÑÍA PASTELICON S.A son las que se detallan en los anexos al final de este documento de trabajo de titulación.

3.3.4 Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos

Se acudirá al arbitraje del Centro de Arbitraje de la Cámara Ecuatoriana Americana para solucionar el problema o dar por terminada la relación contractual como quedó señalado en la octava cláusula del contrato de servicios, para ayudar a solucionar los problemas con la participación de un tercero sin necesidad de llegar a demandas y para agilizar los procesos. Este mediador o árbitro deberá ayudar a buscar la mejor solución al problema sin perjudicar o ponerse de lado de una de las dos partes.

3.3.5 Generalidades de la Contratación Pública

En caso de que Residenza S.A decida en algún momento contar con los servicios del gobierno ya sea para la adquisición o arrendamiento de bienes, ejecución de obras y prestación de servicios, incluidos los de consultoría; deberá realizar un contrato inscribiéndose en el INCOP (Instituto Nacional de Contratación Pública) para poder realizar este tipo de contrato.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3.3.6 Contrato de Confidencialidad.

Las empresas que celebren contratos civiles con Residenza S.A. y todos los empleados del hotel deberán firmar un contrato de confidencialidad obligatoriamente para evitar que la información de la compañía se filtre y en caso de no cumplir con dicho contrato deberán someterse a las sanciones impuestas por la ley.

3.4 Políticas de Buen Gobierno Corporativo

3.4.1 Código de Ética

El código de ética de Residenza Boutique Hotel estipula los valores, responsabilidades y principios que deben cumplir todos quienes forman parte de la compañía con la finalidad de mejorar el servicio que se ofrece y de brindar una buena imagen corporativa a la sociedad.

El código de ética de Residenza Boutique Hotel se encuentra en los anexos de este documento.

3.4.2 Programa de Compensaciones

Las políticas salariales de Residenza Boutique Hotel se basarán en las normas vigentes establecidas por el estado y dependiendo de cada cargo de los trabajadores, además todos los trabajadores del hotel gozarán de los beneficios sociales establecidos por el Código de Trabajo que exige a los empleadores pagar los siguientes valores a sus empleados:

- Décimo tercer sueldo
- Décimo cuarto sueldo
- Aportación patronal al seguro social
- Vacaciones (15 días de vacaciones pagadas a partir del primer año de labores)
- Fondos de reserva (a partir del primer año de labores)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Otros beneficios que recibirán los trabajadores de Residenza Boutique Hotel serán remuneraciones trimestrales por meritos o desempeño en el cumplimiento de los objetivos planteados por cada departamento, además como se designará un empleado del mes, este recibirá una bonificación extra que será detallada por el departamento de gestión humana.

3.4.3 Políticas de Comunicación

Residenza Boutique Hotel basará sus políticas de comunicación de manera interna a través de diferentes métodos para lograr alcanzar los objetivos de cada departamento y del hotel en general, para mejorar la comunicación de los trabajadores, gerentes y directivos del hotel, además para evaluar el desempeño de las actividades realizadas por áreas; los métodos que se utilizarán para este tipo de comunicación son las siguientes:

Reuniones individuales.-

Se citará a una reunión individual a través de una notificación vía correo electrónico o a través de una circular cuando un directivo del hotel o gerente de un departamento en específico requiera así hacerlo con algún colaborador o trabajador para tratar puntos como: fallas en el desarrollo de los procesos internos, fallas de comunicación entre trabajadores que dificulten el buen desempeño del departamento, informes sobre una notificación para un departamento en específico, cambio de una estrategia, entre otros puntos.

Además cada trabajador de ser pertinente podrá solicitar una reunión individual con algún superior o directivo del hotel en caso de querer tratar un tema personal o particular de trabajo siempre y cuando mediante una carta solicite al departamento de gestión humana una cita con una fecha tentativa, dicha carta deberá ser evaluada por el gerente del departamento de gestión humana en conjunto con el directivo involucrado en la carta para separar una fecha para la cita con el colaborador o trabajador solicitante.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Reuniones grupales.-

Los directivos o gerentes de departamentos deberán enviar una notificación por escrito a las personas que deseen involucrar en una reunión grupal para tratar un tema laboral en particular o para analizar el desempeño de un departamento en específico, dicha notificación deberá ser enviada con un día de anticipación a la reunión y todas las personas involucradas en la misma deberán firmar el recibido de la carta para dejar constancia de que han sido notificados de dicha reunión, si un trabajador es notificado y no asiste a la reunión solicitada con anterioridad por un directivo, éste será sancionado de acuerdo a las sanciones estipuladas en el reglamento interno del hotel, en caso de ser reincidente, la acción del trabajador será considerado como desacato a la autoridad por lo que podrá ser considerado como una causal para el trámite de visto bueno y despido de la empresa.

Circulares internas.-

Las circulares internas serán enviadas por los directivos del hotel o gerentes que deseen hacer un comunicado en general a los trabajadores del hotel sobre algún evento en particular o una nueva disposición por parte de los directivos.

Encuestas.-

Una vez cada seis meses se realizarán encuestas a los colaboradores o trabajadores y gerentes del hotel para evaluar el desempeño de cada departamento y si han cumplido o no con los objetivos establecidos por los directivos del hotel o para evaluar qué cambios consideran necesarios que el hotel deba realizar para mejorar en todos los aspectos, dándole una oportunidad a que cada uno opine abiertamente sobre las fallas que se comenten a menudo y sobre los posibles cambios que podrían ayudar a todos, estos resultados de las encuestas serán evaluadas por los directivos del hotel una vez que el

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

departamento de gestión humana tenga los resultados oficiales, dichos resultados serán considerados en las juntas generales de accionistas para futuros cambios en la compañía, es obligatorio que todas las personas mencionadas anteriormente participen de estas encuestas.

Buzón de sugerencias.-

Residenza Boutique Hotel contará con un buzón de sugerencias para que así los empleados y los clientes del hotel dejen notificaciones sobre qué cambios se pueden realizar en cada área donde se esté fallando, teniendo la opción de mantener el anonimato o de poner su nombre en la hoja de sugerencias.

Correo electrónico.-

El uso del correo electrónico será para enviar notificaciones o cartas dirigidas entre departamentos, para mejorar de esta manera la comunicación interna de todos los trabajadores incluyendo directivos y gerentes del hotel

3.5 Propiedad Intelectual

3.5.1 Registro de Marca

La marca Residenza Boutique Hotel será registrada en el IEPI(Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual) con la finalidad de hacer uso exclusivo del logotipo, nombre y diseño del hotel una vez establecida la compañía como Residenza S.A en la Superintendencia de Compañías y se haya dado nombramiento a su representante legal.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3.5.2 Manual de Procesos Productivos

Este punto del trabajo de titulación no aplica para éste tipo de negocio, debido a que Residenza Boutique Hotel no maneja un proceso productivo sino que su actividad principal es ofrecer servicios.

3.5.3 Derecho de Autor del Trabajo de Titulación

El derecho de este trabajo de titulación será registrado en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) donde quedará especificado que la **“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”** se encuentra protegida y que el uso de esta obra o de su información deberá ser única y exclusivamente con la autorización de su autor.

3.5.4 Patente y-o Modelo de Utilidad

Este punto no aplica para el trabajo de titulación en desarrollo debido a que Residenza Boutique Hotel ofrece un servicio y los servicios no pueden ser patentados, además no existe invención alguna que pueda ser registrada.

3.6 Seguros

3.6.1 Incendio

Residenza Boutique Hotel contratará una póliza de seguros que cubra los daños materiales en caso de presentarse un siniestro de incendio en las instalaciones del hotel y que además cubra los daños de equipos, muebles y demás activos que se dañasen por la acción de las medidas tomadas para evitar la propagación del incendio cuyo monto asciende a \$650,00 anualmente y se puede ver el detalle de la cotización en el documento anexo # 4 de este trabajo de titulación.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3.6.2 Robo

Residenza Boutique Hotel contratará una póliza de seguros que cubra los daños materiales o pérdidas causados por robo o asalto a las instalaciones del hotel el cual protege al asegurado de todo tipo de daños causados por el malhechor al momento de ingresar de forma ilícita y de forzar las puertas, ventanas o vidrios para su acto, causando daños a las instalaciones. El valor de este seguro asciende al monto de \$3.201,53 y se puede ver el detalle de la cotización en el documento anexo # 4 de este trabajo de titulación.

3.6.3 Fidelidad

Residenza Boutique Hotel contratará una póliza de seguros de fidelidad que cubran los daños y pérdidas causadas por un empleado mal intencionado directa o conjuntamente con otras personas que perjudiquen al hotel ya sea por robo, desfalco, falsificación, sustracción fraudulenta o malversación de los recursos del hotel o información confidencial, el cual estará respaldado también por un contrato de confidencialidad que se le hará firmar a los trabajadores del hotel al momento de firmar su contrato de trabajo. El costo de este seguro para Residenza Boutique Hotel asciende al monto de \$150,00 y se puede ver el detalle de la cotización en el documento anexo # 4 de este trabajo de titulación.

3.6.4 Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato

Residenza Boutique Hotel deberá solicitar la póliza del buen uso de anticipo y cumplimiento de contrato en caso de que la institución que trabaje con el hotel así lo requiera. A través de esta póliza Residenza Boutique Hotel garantiza que los fondos del anticipo serán utilizados con la finalidad de comprar bienes para la realización del evento o motivo por el que se haya realizado el contrato. En caso de que se mal utilicen los fondos de anticipo, Residenza S.A aceptará el uso de la póliza del contratante y deberá hacerse responsable.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3.6.5 Maquinarias y Equipos

Residenza Boutique Hotel contratará una póliza de seguros para daños y roturas de maquinarias y equipos que se vean afectados por el mal uso o manipulación de la misma, tempestad, montaje incorrecto, errores de diseño, entre otros factores que se detallarán en el contrato con la aseguradora. El valor de este seguro asciende al monto de \$811,31 y se puede ver el detalle de la cotización en el documento anexo # 4 de este trabajo de titulación.

3.6.6 Materia Prima y Mercadería

Residenza Boutique Hotel contratará una póliza de seguros para mercadería, éste solamente aplicará para el inventario de los objetos para la venta que se exhibirán en la tienda de recuerdos, y ferias temáticas que organice el hotel. Dicha póliza cubre los daños, pérdidas o robo de la misma y será detallado a profundidad en el contrato con la aseguradora luego de haber fijado las pólizas anteriormente mencionadas y de mayor importancia.

3.7 Presupuesto

El presupuesto de este capítulo se realizó anteriormente en los puntos de beneficios sociales junto a la nómina de sueldos y salarios los cuales serán considerados en las proyecciones de los estados financieros en el capítulo 7 de este trabajo de titulación junto a los costos de los seguros que se encuentran detallados en la cotización realizada y mencionada anteriormente.

CAPÍTULO 4

AUDITORÍA DE MERCADO

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 4

4 AUDITORÍA DE MERCADO

4.1 PEST

El análisis PEST es una herramienta que sirve para analizar el entorno de la empresa en cuatro aspectos fundamentales (políticos, económicos, sociales y tecnológicos) y que serán claves para el desarrollo de Residenza Boutique Hotel en el mercado ecuatoriano.

Análisis político.- Existen diferentes factores dentro del análisis político y legal de los que se debe hacer hincapié en cuanto al entorno de las compañías en el mercado local y en este caso vamos a analizar los siguientes temas:

Ley antimonopolio.- Según la ley orgánica de regulación y control del poder de mercado del registro oficial suplemento 555 celebrada en el año 2011 todos los operadores económicos (personas naturales o jurídicas) deben regirse bajo esta ley que consiste en: impedir, restringir, falsear o distorsionar la competencia, que afectan negativamente a la eficiencia económica y al bienestar general, todo acuerdo, decisión o recomendación colectiva, o práctica concertada o conscientemente paralela, y en general cualquier acto o conducta realizados por dos o más operadores económicos, competidores, reales o potenciales, que directa o indirectamente:

- Fijen de manera concertada o manipulen precios, tasas de interés, tarifas, descuentos, u otras condiciones comerciales o de transacción, o intercambien información con el mismo objeto o efecto.
- Repartan, restrinjan, limiten, paralicen, establezcan obligaciones o controlen concertadamente la producción, distribución o comercialización de bienes o servicios.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Repartan de manera concertada clientes, proveedores o zonas geográficas. (Jezl, 2012)

En el caso de Residenza Boutique Hotel gracias a esta ley se encuentra protegido de ingresar al mercado sin temor de que las grandes cadenas hoteleras u hoteles ya en el mercado busquen desestabilizarlo.

Ley de protección del medio ambiente.- De acuerdo a esta ley todos las personas y empresas deben ser socialmente responsables con el medio ambiente, la conservación de los ecosistemas y la biodiversidad del patrimonio genético del país de acuerdo a los art. 86, 87, 88, 89 y 90 de la constitución del Ecuador; quienes infrinjan esta ley deberán ser sancionados como lo indica el art. 91 de la misma.

Regulaciones sobre el empleo.- De acuerdo al Código de Trabajo y al desarrollo del Ministerio de lo Laboral y Empleo, protege al trabajador en todo sentido y es muy estricto con el empleador por lo que el hotel boutique debe manejar siempre sus políticas internas de acuerdo a lo que permita el Código de Trabajo y cumplir con las disposiciones que en éste se encuentran estipuladas.

Análisis Económico.- La economía en el Ecuador se ha incrementado en un 8% en el último periodo y esto es debido al plan desarrollado por el gobierno nacional de que se consuman productos ecuatorianos, de que se explote el petróleo y que el mayor beneficiado de éste sea el Ecuador, entre otros factores que han estabilizado la economía del país subiendo el PIB de 3.6% en el año 2010 a 7.8% en el año 2011, 4.8% en el 2012 y se espera que en el 2013 se incremente en un 3,5% manteniendo a Ecuador en los primeros lugares de Latinoamérica como una de las economías más sostenibles de la región según el Banco Central del Ecuador.

Esto ayuda a que se fomente a la inversión pública y privada en el país abriendo las puertas a los inversionistas a adquirir créditos impulsados por los

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ministerios de Turismo y Producción para fomentar sus proyectos, en especial al sector agrícola y turístico del país donde buscan seguir desarrollando nuevos proyectos para promover el turismo, el cual en los últimos años ha representado un crecimiento anual del 4% a nivel mundial, que genera el 10% del empleo global y el 11% del producto interno bruto mundial según el Ministerio de Turismo del Ecuador, además que proyecta un crecimiento promedio del 11% en el país y que alcanzará como tope máximo un 14% según lo que reportan. (BCE, 2012)

Análisis Social.- De acuerdo al VII Censo de Población y VI de Vivienda, realizado el 28 de noviembre del 2010, la población de la ciudad de Guayaquil es de 2'350.915 habitantes. Siendo la población urbana de 2'278.691 habitantes y la población rural de 72.224 habitantes.(Villacís, 2011) Es que si bien es cierto Guayaquil ha crecido demográficamente, también lo ha hecho habitacionalmente, ya que cada vez se puede apreciar como la ciudad se expande hacia los costados ya sea por la parte de Samborondón y Pascuales así como también por la vía a la costa donde incluso se está desarrollando un nuevo proyecto de aeropuerto internacional en Chongón – Daular a 30 kilómetros de la ciudad de Guayaquil, donde se tiene como prioridad desarrollar el proyecto del hotel boutique.(Ecuador Inmediato, 2012)

Análisis tecnológico.- La tecnología es uno de los recursos más importantes a nivel mundial debido a que actualmente se utiliza la tecnología para todo, desde la fabricación de una botella hasta la fabricación de un avión, esto por mencionar solamente el área de producción, así mismo podemos apreciar que en el área de servicios se utiliza la tecnología a través de softwares, uso de internet, dispositivos electrónicos, y hasta para calcular la calidad del servicio que se está ofreciendo, es por esto que se lo considera como uno de los principales factores que debe tomar en consideración una compañía si quiere subsistir en el mercado y no quedarse relegado en el pasado sin poder crecer.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

El uso del internet ha crecido a nivel mundial y esto ayuda directamente al turismo no solamente de Ecuador sino a todos los países del mundo porque pueden utilizar esta herramienta para publicitar o anunciar sus servicios y que cualquier persona del mundo pueda verla ya sea por medio de una página web o por medio de las redes sociales que cada vez toman más fuerza en el diario vivir de las personas, como lo demuestra el Banco Mundial en una lista de todos los países que tienen acceso a internet, Ecuador ha incrementado sus usuarios de este servicio de 18,8% a 31,4% en tan solo 4 años y está demostrado que estos porcentajes siguen en crecimiento (Banco Mundial, 2012)

El hotel boutique deberá basar sus principales actividades de mercadeo a través del uso de internet, y es por esto que contará con un gerente de marketing electrónico específicamente para utilizar esta herramienta de atracción de consumidores.

4.2 Macro, Meso y Micro

Macro análisis.- La organización mundial de turismo (OMT) señala que la llegada de turistas a nivel mundial creció en un 4% en el año 2012 y tiene previsto que este porcentaje se incremente en un 3% y un 4% para el año 2013, lo cual encaja perfectamente con lo que señalaron anteriormente bajo un informe, que para el año 2030 este porcentaje sea del 3,8% a nivel mundial, además es evidente que los países que más turistas reciben anualmente no son aquellos países desarrollados como la mayoría de las personas piensan, sino aquellos países emergentes como en el caso de los países Asiáticos, de América del norte y de América del sur destacando a Ecuador como uno de los países que más turistas recibe en la región. (Risi, 2013)

Meso Análisis.- La industria hotelera en el Ecuador tiene muchas falencias según informes realizados por un estudio del programa de asistencia técnica a los pequeños hoteles de la región andina, donde se indica que el 96% de los hoteles de micro, pequeñas y medianas empresas del país están fallando por un motivo

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

elemental para el buen funcionamiento de los hoteles y en particular en los que se caracterizan por la recepción de turistas internacionales. Se trata de que no cuentan con los recursos de tecnología o no los han implementado como herramienta para captar turistas a nivel nacional y ni mencionar a nivel internacional, este 96% de hoteles por lo general captan clientes por recomendaciones o por alguna alianza estratégica con una agencia de viajes que de igual manera solamente recomienda a los turistas de ir a un hotel en específico, pero no porque implementan una página web, donde el turista principalmente los extranjeros, puedan realizar una reservación en un tiempo prudente antes de arribar al país.

Este tipo de debilidades son fundamentales para nuevos entrantes de la industria hotelera porque considerando que hay un 96% de hoteles generalmente pequeños que desconocen de este tipo de herramientas para captar clientes, estos nuevos entrantes pueden aplicar estrategias para atacar por esa vía a un mercado insatisfecho. (Guerrero, 2011)

Micro análisis.- Debido al evidente crecimiento de la industria hotelera en el país, gran parte de los inversionistas nacionales y extranjeros tienden a invertir en hoteles para satisfacer la demanda de turistas que ingresan anualmente al país y que cada vez son más. Si analizamos durante la última década en Guayaquil se ha incrementado el número de hoteles con cadenas internacionales como por ejemplo el Hotel Marriot, Sheraton Hotel, Hampton inn, Hotel Howard Johnson, entre otros, solo por mencionar algunos; así mismo se ha visto la implementación de hoteles que no son de cadenas internacionales pero que sin embargo hacen fuerte competencia por sus infraestructuras como por ejemplo: La Mansión del Río Hotel Boutique, Hotel Boutique Orilla del Río, Hotel la Garzota, Hotel Montecarlo, Hotel Royal, Airport Hotel, entre otros. Sin embargo todos estos hoteles no satisfacen la demanda de turistas que anualmente ingresan al país por eso se ha implementado formar un nuevo hotel boutique en la ciudad de Guayaquil para poder hacer frente a esta demanda.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4.3 Atractividad de la Industria

La industria hotelera ha sido fundamental para el crecimiento del turismo en el Ecuador que hoy en día representa el 1,2% del PIB (Producto Interno Bruto) promedio en la última década, en la ciudad de Guayaquil se ha comprobado que las principales cadenas internacionales de hoteles ocupan el 53% de la industria y el 40% la ocupan el resto de hoteles locales. Es evidente que cada vez existen más turistas extranjeros que ingresan al país ya sea por negocio, por vacaciones o solamente para conocer el país y realizar turismo; Lo que realmente importa, es que aquellos turistas generan un ingreso significativo para la economía del país, incentivando al turismo local y ubicándolo en el puesto #6 de los ingresos más representativos para la economía del Ecuador, es por esto que el gobierno nacional por medio del Ministerio de Turismo ayuda a fomentar la inversión para promover el turismo y motiva a los empresarios a realizar proyectos en un corto plazo por medio de programas como EmprendEcuador para luego brindar créditos a los emprendedores para que puedan hacer realidad aquellos proyectos. (Proexport, 2004)

4.4 Análisis del Ciclo de Vida del Mercado

El mercado en donde se desenvolverá el Hotel Boutique está creciendo al 4% debido al incremento anual de turistas que ingresan a Guayaquil y al 11% en relación al ingreso de turistas extranjeros al Ecuador como se mencionó anteriormente, por lo que se considera que el ciclo de vida de mercado se encuentra en una etapa de crecimiento, ya que Ecuador tiene como principal atractivo turístico a las Islas Galápagos, si bien es cierto miles de turistas ingresan al Ecuador anualmente por diferentes motivos, una de las razones que podría considerarse de mayor atracción para aquellos turistas, es conocer a uno de los mayores patrimonios nacionales con el que cuentan los ecuatorianos que son las Islas Galápagos. A partir de eso se dirigen hacia diferentes destinos turísticos que tiene el Ecuador, ya sea a la costa, a la sierra o al oriente. (Ehlers, 2012)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Muchas veces los turistas extranjeros deben arribar a la ciudad de Guayaquil para poder dirigirse a sus diferentes destinos turísticos del país y en algunos casos estos turistas deciden quedarse por un tiempo dentro de la ciudad y hacer turismo en los principales puntos de atracción de Guayaquil por lo que también buscan hoteles que satisfagan sus necesidades, haciendo que ésta sea una de las razones por lo que la demanda hotelera crezca relativamente a como se incrementa la industria del turismo en el país. (Hoy.com.ec, 2013)

4.5 Matriz BCG

Tabla 22 Boston Consulting Group Industria

ALTA	ESTRELLA	INTERROGANTE RESIDENZA BOUTIQUE HOTEL
BAJA	VACA LECHERA	PERRO
	ALTA	BAJA

Elaborado por: El autor

El Hotel Boutique está ubicado en la sección de interrogante en el análisis Boston consulting group porque se encuentra en una industria en crecimiento pero no se sabe aún la participación que vaya a tener en el mercado por lo que se asume por ahora que es baja por ser un proyecto nuevo.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Se espera que cuando el Hotel boutique entre en funcionamiento éste pase al cuadrante “estrella” ya que la industria seguirá en crecimiento de acuerdo a lo mencionado anteriormente por el Ministerio de Turismo que prevé un incremento prolongado año tras año.

En cuanto a los servicios que ofrece Residenza Boutique destacan en este trabajo de titulación los ingresos por hospedaje y el ingreso por venta de artículos de recuerdos y réplicas de los activos del hotel como se detalla a continuación en la siguiente tabla.

Tabla23 Boston Consulting Group Residenza Boutique Hotel

ALTA	<i>ESTRELLA</i>	<i>INTERROGANTE</i> VENTA DE ARTÍCULOS, RÉPLICAS Y RECUERDOS
BAJA	<i>VACA LECHERA</i> <i>SERVICIO DE HOSPEDAJE</i>	<i>PERRO</i>
	ALTA	BAJA

Elaborado por: El autor

Como se puede observar en esta tabla de la matriz BCG de los servicios que ofrece Residenza Boutique Hotel se destaca el servicio de hospedaje en el cuadrante “vaca lechera” debido a que es el servicio principal que ofrece el hotel a sus clientes y el más fuerte también, además, se puede apreciar que tendrá una alta participación de mercado, pero un bajo crecimiento una vez que se haya establecido en el mercado, se espera también que dé frutos en un periodo corto de acuerdo a las proyecciones realizadas y debido al crecimiento de la industria,

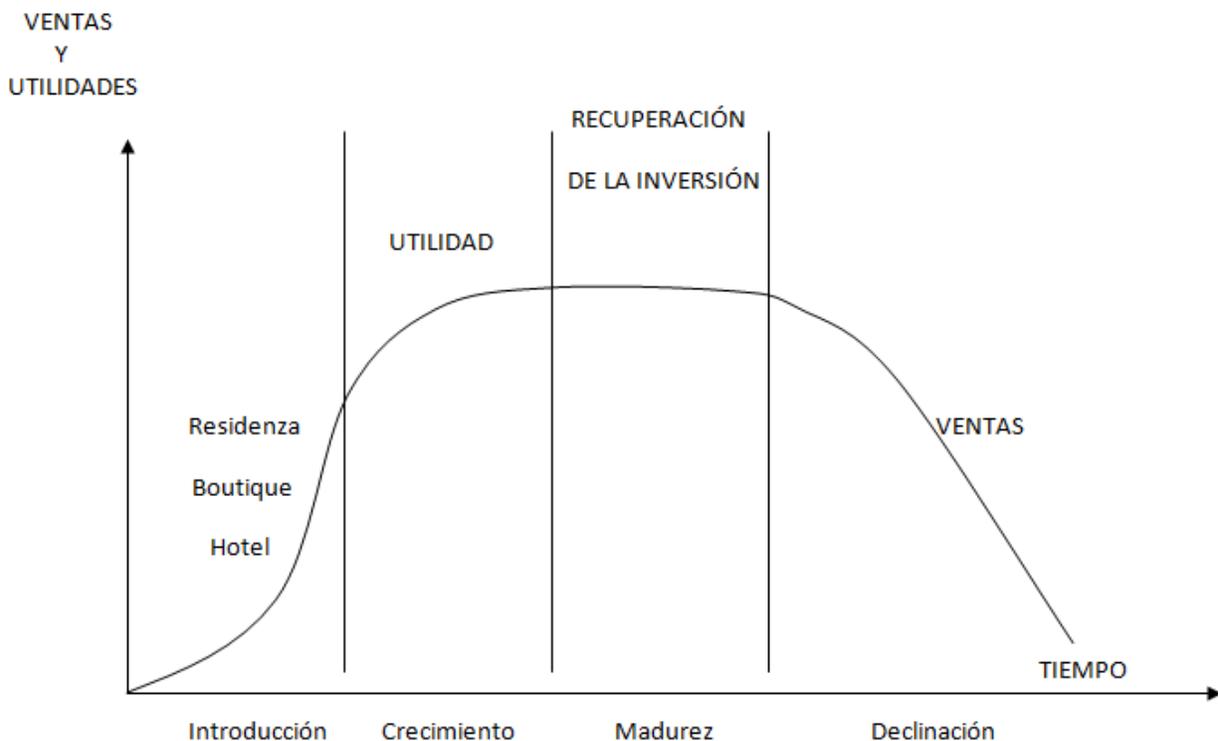
“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

por lo cual se tiene previsto que este servicio sea el que genere la mayor cantidad de ingresos a la compañía.

Por otro lado se puede apreciar que la venta de artículos, réplicas y recuerdos del hotel se encuentra en la sección “interrogante” debido a que es algo nuevo en el medio y que por eso la participación de mercado se considera que es baja con el 1% con un crecimiento de ventas del 5% como se lo ha proyectado en la parte financiera.

4.6 Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

Ilustración 5 Análisis del ciclo de vida del producto



Elaborado por: El autor

Respecto al ciclo de vida del servicio de Residencia Boutique Hotel en el mercado, como es un proyecto en desarrollo se encuentra en la etapa de introducción y se tiene previsto una vez que comience sus operaciones aplicar

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

estrategias de marketing y publicidad por diferentes medios como redes sociales, página web, principales periódicos y cines del país entre otros, para de esa manera fortalecer la imagen del hotel, ganar participación mercado, generar utilidad durante el crecimiento de la compañía y recuperar la inversión en la etapa de madurez, con la finalidad de permanecer en el tiempo innovando en todo sentido y así no entrar a la curva de declinación.

4.7 Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter **Amenaza de los nuevos entrantes.**

La amenaza de nuevos entrantes es alta debido a que hay un incremento del turismo a nivel nacional que sobrepasa la tasa mundial de turismo que es del 4%, la de Ecuador al cierre del año 2012 se incrementó del 11% al 12%, esto significa que con el incremento de la llegada de nuevos turistas al país, los inversionistas y empresarios buscan desarrollar proyectos hoteleros para satisfacer esa demanda de turistas que ingresan anualmente. Además otro factor que determina que no existen restricciones de invertir en la industria hotelera es la política, ya que el gobierno del Ecuador busca seguir fomentando directamente al turismo porque éste genera uno de los ingresos de divisas y recursos más importantes para la economía del país. (EcuadorInmediato.com, 2013)

Amenaza de productos sustitutos.

Refiriéndose a la industria de hoteles de lujo de la ciudad de Guayaquil se puede considerar como sustitutos a todos aquellos hoteles que se encuentran en el mercado que pueden reemplazar el servicio que ofrece Residenza Boutique Hotel, por nombrar algunos como Sheraton, Hilton Colon, Oro Verde, Contryard Marriot, entre otros; por lo que la amenaza de productos sustitutos es media.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Poder de negociación de proveedores.

Analizando a los proveedores que brindarán sus servicios al hotel para proveer de productos o servicios éstos tienen un poder de negociación baja debido a que existen demasiados proveedores ofertantes a nivel local que brindan gran variedad de productos en lo que se refiere a materia prima como utensilios de limpieza, toallas, colchones, almohadas, entre otros; de esta manera los proveedores no pueden influir sobre los precios. Por otra parte están quienes ofrecen los servicios de internet, telefonía, televisión por cable entre otros servicios que tampoco pueden influir sobre los precios debido a que hay varios en el mercado local y deben regirse bajo los precios de su industria.

Poder de negociación de los clientes.

En cuanto a los clientes es importante mencionar que el poder de negociación de ellos es bajo debido a que se les ofrece un servicio de calidad con instalaciones de lujo por lo que deben pagar un poco más en comparación a un hotel tradicional y de características estándar.

Grado de Rivalidad.

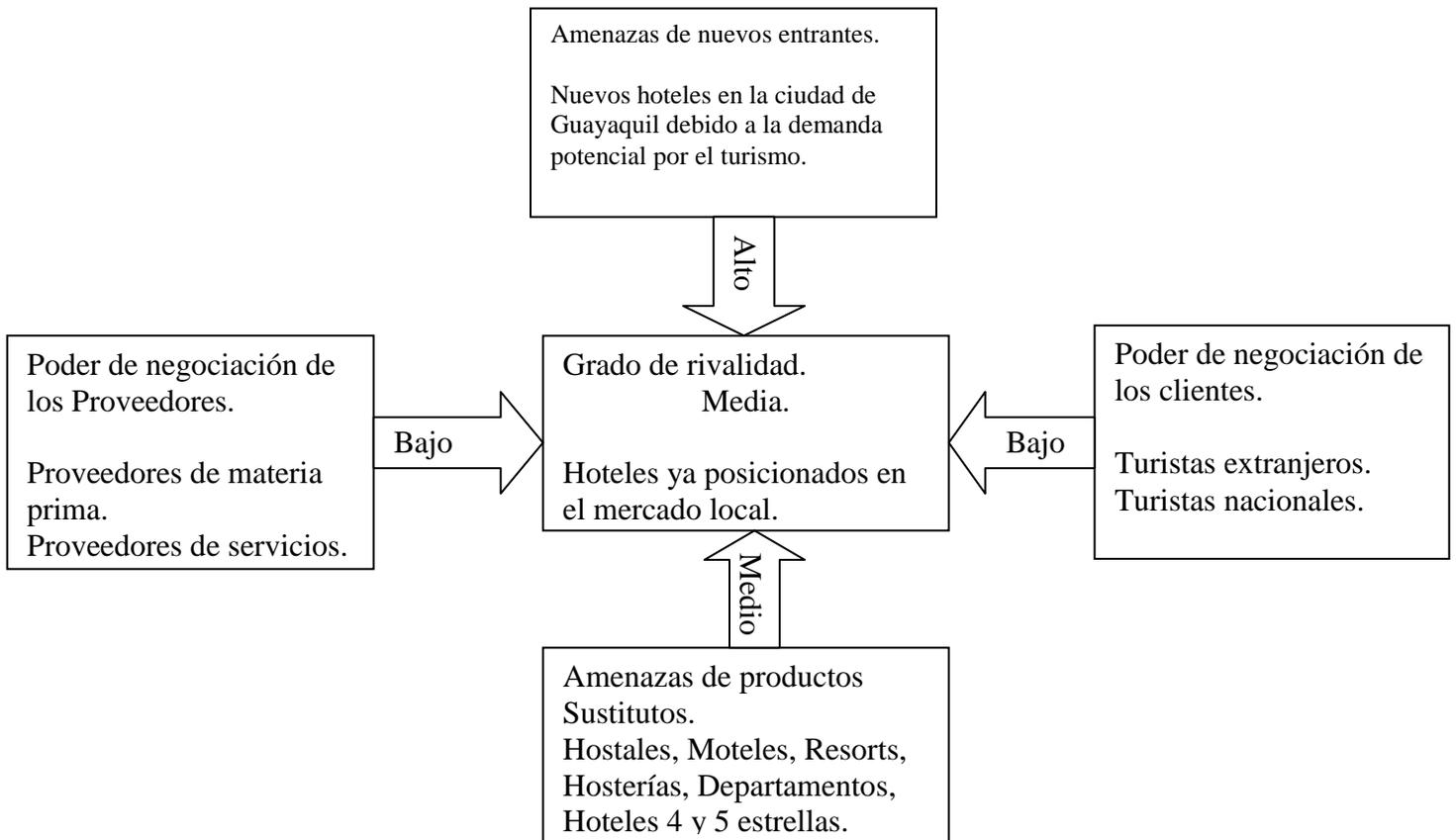
De acuerdo al análisis de los competidores directos e indirectos la rivalidad que existe entre estos es media debido a que cada uno se caracteriza por su temática en particular, utilizan estrategias similares para captar clientes como: Página web, alianzas estratégicas con agencias turísticas nacionales o extranjeras, entre otras herramientas que la mayoría de hoteles utilizan, sin embargo, el cliente decide finalmente donde quiere hospedarse por diferentes factores como: ubicación, precios, lujo, comodidad, entre otros.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Conclusión.

Se puede analizar que en ninguno de los puntos anteriormente mencionados existe una amenaza muy alta, salvo al ingreso de nuevos entrantes que tiene una calificación de alta y esto es bueno para el Trabajo de titulación debido a que no existen barreras para ingresar a la industria hotelera en la ciudad de Guayaquil. Por otro lado, se debe realizar una buena estrategia de diferenciación para poder ganar mercado debido a que la rivalidad entre los hoteles en la ciudad es de calificación media, ya que cada uno se distingue del resto por su particularidad en especial y por los diferentes factores que al final hacen elegir al cliente entre una opción y otra.

Ilustración 6 Cinco fuerzas de Porter



Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4.8 Análisis de la Oferta

4.8.1 Tipo de Competencia

Residencia Boutique Hotel debe afrontar a dos tipos de competencia en el mercado en el que se desenvuelve, porque si bien es cierto no existen muchos hoteles boutique en la ciudad de Guayaquil, estos aparecerán cada vez más en el mercado debido a la tendencia hotelera y son éstos quienes compiten directamente con Residencia Boutique Hotel, entre los que ya se encuentran en el mercado podemos mencionar a los hoteles boutique “Mansión del Río” “Orilla del Río” “Manso Boutique Hostal” entre otros. Por otra parte la competencia indirecta que tiene Residencia Boutique Hotel son aquellos hoteles que ya se encuentran posicionados en el mercado y que se caracterizan por pertenecer a cadenas de hoteles internacionales y otros hoteles en general.

4.8.2 Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

El mercado real de Residencia Boutique Hotel son todos aquellos turistas nacionales y extranjeros que deseen hacer turismo en la ciudad de Guayaquil y que buscan un lugar para hospedarse que sea lujoso y hogareño al mismo tiempo, donde puedan disfrutar de la tranquilidad y armonía del hotel, además de los sitios turísticos más destacados de la ciudad, donde también se muestre la cultura de Guayaquil en conjunto con la tecnología de última generación en sus instalaciones. Para captar a los clientes o mercado real es necesario utilizar las herramientas adecuadas de publicidad directa por medio del internet en el caso de los turistas extranjeros y convenios o alianzas estratégicas con agencias turísticas nacionales y extranjeras para enfocarse a ambos mercados, dichas estrategias serán desarrolladas en el capítulo 5 de este trabajo de titulación.

El mercado potencial de Residencia Boutique Hotel es de 316,544 turistas que ingresaron a Guayaquil en el año 2012 de los cuales se tiene previsto un crecimiento de esta cantidad en un 4% anualmente según el estudio de mercado

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

que se realizó y que será demostrado gráficamente en los siguientes literales de este capítulo.

4.8.3 Características de los Competidores

Dentro de las características de los competidores directos o indirectos de Residenza Boutique Hotel se observa su clasificación en la siguiente tabla:

Tabla 24 Características de los competidores

NOMBRE DEL HOTEL	ANTIGÜEDAD	UBICACIÓN	SERVICIOS PRINCIPALES	LÍNEA DE PRECIOS
COMPETIDORES DIRECTOS				
MANSIÓN DEL RÍO	7 AÑOS	BARRIO LAS PEÑAS	HOSPEDAJE RESTAURANTE	\$100,00 EN ADELANTE
ORILLA DEL RÍO	6 AÑOS	ENTRE RÍOS	HOSPEDAJE EVENTOS SOCIALES RESTAURANTE	\$95,00 EN ADELANTE
MANSO BOUTIQUE HOSTAL	4 AÑOS	MALECÓN 1406 Y AGUIRRE	HOSPEDAJE CAFETERÍA	\$38,25 EN ADELANTE
MC SUITES	5 AÑOS	KENNEDY NORTE	HOSPEDAJE RESTAURANTE LAVANDERÍA	\$85,00 EN ADELANTE
COMPETIDORES INDIRECTOS				
ORO VERDE	MÁS DE 30 AÑOS	AV. 9 DE OCTUBRE	HOSPEDAJE RESTAURANTE PISCINA MINIBAR SPA	\$210 EN ADELANTE
HILTON COLÓN	MÁS DE 40 AÑOS	AV. FRANCISCO DE ORELLANA	HOSPEDAJE RESTAURANTE PISCINA BARES	\$209 EN ADELANTE
COURTYARD MARRIOT	3 AÑOS	AV. FRANCISCO DE ORELLANA	HOSPEDAJE RESTAURANTE PISCINA GIMNASIO	\$178,00 EN ADELANTE
SHERATON	6 AÑOS	AV. CONSTITUCIÓN PLAZA DEL SOL	HOSPEDAJE RESTAURANTE PISCINA ANIMACIÓN EN VIVO	\$175,00 EN ADELANTE

Elaborado por: El autor

Fuente: Booking.com

Haciendo referencia a los hoteles que mayormente podrían afectar al mercado de Residenza Boutique Hotel se puede analizar que los competidores

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

directos no tienen mucho tiempo en el mercado local por lo que no se han posicionado completamente, utilizando una buena estrategia analizando las desventajas de esos hoteles se puede ganar participación de mercado en un periodo corto, sin embargo es notorio que los hoteles de las grandes cadenas internacionales tienen mucho más tiempo en el mercado por lo que ya son reconocidos y preferidos en su industria, pero estos últimos hoteles mencionados son una competencia indirecta para el Residenza Boutique Hotel, de manera que se debe tomar estrategias de este tipo de hoteles lujosos haciendo un benchmarking adecuado para usar una contra estrategia frente a los competidores directos.

4.8.4 Benchmarking

Los hoteles de la competencia directa de Residenza Boutique Hotel utilizan estrategias de atracción al cliente como: “servicio personalizado, seguridad, promociones de ingreso de niños menores de dos años gratis ocupando las mismas camas de la habitación” entre otras ofertas, utilizando esos parámetros Residenza Boutique Hotel debe implementar estrategias que hagan contra a las estrategias de los competidores y que mejoren la propuesta como: Reservas sin costo, niños menores de dos años ingresan gratis y ocupan una cama especial para niños, tecnología en todas las habitaciones, ventanas herméticas contra ruidos, servicio a la habitación 24/7, afiliación al hotel para futuras visitas con descuentos especiales para los afiliados, piscinas, hidromasajes, sauna, spa, entre otros servicios que los competidores directos no ofrecen, más allá del servicio de hospedaje y restaurante.

4.9 Análisis de la Demanda

4.9.1 Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado para este trabajo de titulación corresponde a la industria hotelera y son todos aquellos turistas nacionales y extranjeros que ingresan a la ciudad de Guayaquil de 35 años de edad en adelante, de estrato

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

socioeconómico medio – alto y alto que estén dispuestos a pagar un valor relativamente alto a cambio de recibir un servicio de calidad y calidez que ofrece Residenza Boutique Hotel. Dicho segmento será enfocado hacia los turistas extranjeros que serán atraídos por medio de alianzas estratégicas con las agencias de viajes internacionales y también por medio de internet a través de redes sociales, páginas web del hotel y convenios con páginas como www.despegar.com, www.booking.com entre otras y también a los turistas nacionales que serán atraídos a través de alianzas estratégicas con agencias de turismo nacionales, publicidad en periódicos, principales cines del país y redes sociales indirectamente, entre otras actividades que serán mencionadas y detalladas en el siguiente capítulo.

4.9.2 Criterio de Segmentación

Para segmentar el mercado se enfocará en los siguientes parámetros:

Geográfica: Turistas Nacionales y turistas provenientes de países de Europa, Norte América y Sudamérica.

Psicográfica: Personas con un nivel socioeconómico medio-alto y alto, jubilados, recién casados, empresarios o personas de negocios.

Demográfica.- Hombres y mujeres de 35 años en adelante.

4.9.3 Selección de Segmentos

La selección de segmentos para este trabajo de titulación son todos aquellos turistas nacionales y extranjeros de Europa y Norte América y Sudamérica, hombres y mujeres de 35 años en adelante, que se encuentren jubilados, recién casados o viajen por negocios a la ciudad de Guayaquil de estrato socioeconómico medio-alto y alto.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4.9.4 Perfiles de los Segmentos

Los perfiles que deben tener las personas del segmento seleccionado son:

- Que les gusten los hoteles de lujo.
- Que viajen a Guayaquil al menos una vez por año.
- Que estén dispuestos a pagar un valor relativamente alto por un buen servicio hotelero.
- Que deseen disfrutar de un servicio personalizado.
- Que disfruten de la tranquilidad y armonía.
- Que deseen conocer la ciudad y sus principales atractivos turísticos.

4.10 Matriz FODA

Tabla 25 Matriz FODA

MATRÍZ FODA	Fortalezas <ul style="list-style-type: none"> • Tecnología de última generación en las instalaciones del hotel. • Precios accesibles por un servicio de calidad. • Programa de recompensas. 	Debilidades <ul style="list-style-type: none"> • Poca experiencia. • Nuevo en el mercado. • Poca aceptación por no conocer el término hotel boutique.
Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento de la industria. • Incremento de turistas a Ecuador anualmente. • Fomentación por parte del gobierno para desarrollar nuevos proyectos que beneficien al turismo. 	F + O <p>Tomar ventaja del crecimiento de la industria para aplicar las estrategias de diferenciación a precios similares a los de la competencia para ganar mercado.</p>	D + O <p>Se realizará una campaña para informar a los turistas nacionales y extranjeros de la tendencia de los hoteles boutique y los beneficios que ofrecen a diferencia de un hotel de lujo de las grandes cadenas internacionales.</p>
Amenazas <ul style="list-style-type: none"> • Nuevos entrantes. • Restricciones de la banca privada para créditos. • Hoteles de lujo posicionados en el mercado. 	F+A <p>Al diferenciar el hotel por las tecnologías que se aplicarán en todas las instalaciones y ser un hotel de lujo con un servicio personalizado se contrarrestará la amenaza de nuevos entrantes y la competencia de los hoteles ya posicionados, ya que se ganará mercado por el servicio y por la diferenciación a precios módicos.</p>	D+A <p>Se buscará conseguir el financiamiento por entidades públicas o privadas y ganar experiencia con el trabajo día a día, además será importante brindar capacitaciones a todo el personal del hotel para mejorar el servicio siempre con innovación y calidez de los trabajadores.</p>

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4.11 Investigación de Mercado

4.11.1 Método

Los métodos seleccionados para realizar la investigación de mercado fueron los métodos cuantitativos y cualitativos que se caracterizan en el análisis exploratorio y el análisis concluyente respectivamente, por lo cual se realizaron encuestas en el aeropuerto José Joaquín de Olmedo de la ciudad de Guayaquil a turistas extranjeros bajo los parámetros de la muestra y además se realizó una entrevista a un profesional que está involucrado en la industria hotelera de la ciudad.

4.11.2 Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación fue complementada con el uso de datos confiables de diferentes fuentes como el (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) y páginas web que ayudaron a estimar la demanda del servicio de un Hotel Boutique en la ciudad de Guayaquil.

4.11.2.1 Objetivos de la Investigación

Objetivo General.

- Determinar el comportamiento de la industria Hotelera en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos.

- Determinar los gustos y preferencias de los turistas nacionales y extranjeros que arriban a Guayaquil en cuanto a hospedaje se refiere.
- Determinar los competidores directos e indirectos de Residenza Boutique Hotel.
- Identificar el comportamiento de mercado de los hoteles boutique en Guayaquil.
- Conocer qué factores consideran importante los turistas nacionales y extranjeros para hospedarse en un hotel.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Conocer cuántos turistas pueden hospedarse anualmente en el hotel.
- Identificar las estrategias de los competidores.
- Determinar cuáles son los factores claves de éxito para un hotel.
- Identificar si los turistas conocen los Hoteles Boutique y los servicios que brindan.
- Determinar cuánto están dispuestos a pagar los turistas por el servicio de hotelería.

4.11.2.2 Tamaño de la Muestra

Para sacar el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula que dio como resultado que se debían realizar encuestas a 384 personas que cumplan con el perfil anteriormente mencionado.

Dicha fórmula fue calculada con el universo de turistas extranjeros que ingresan anualmente a la ciudad de Guayaquil.

Los datos fueron tomados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), de la Dirección Nacional de Migración y del Ministerio de Turismo que se los muestra a continuación en la siguiente tabla.

Ilustración 7 Tamaño de muestra

Año	2011	2012
Porcentaje de crecimiento de llegada de extranjeros a Ecuador	11%	
Ingresos de turistas extranjeros a Ecuador	1.141.037	1.271.953
Porcentaje de crecimiento de llegadas de extranjeros a Guayaquil	4%	
Ingreso de turistas extranjeros a Guayaquil	304199	316544

Elaborado por: El autor

Fuentes: (INEC, 2011) (OPTUR, 2013) (Enteratecuador.com, 2012)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

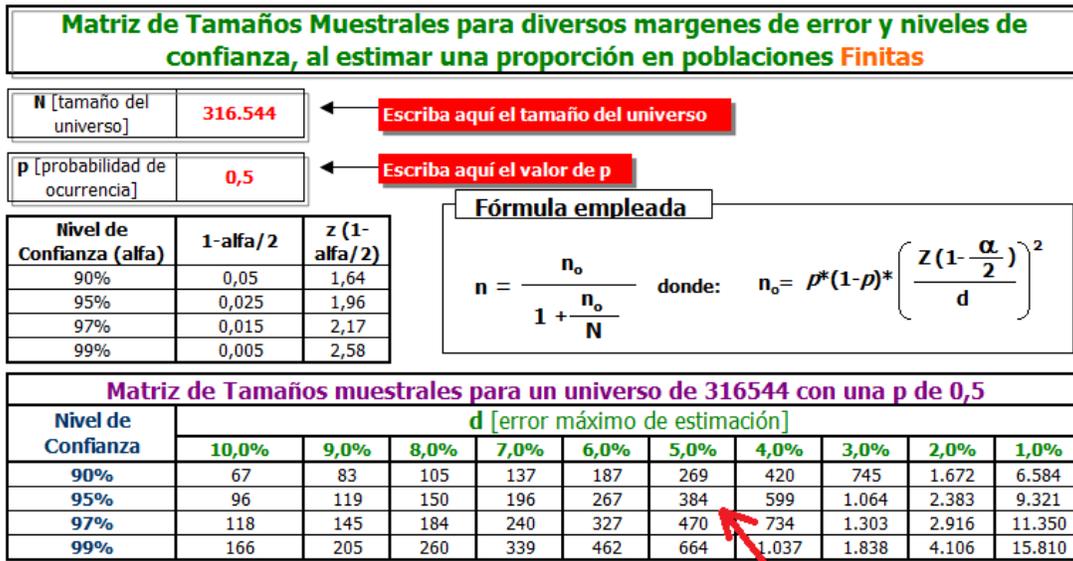


Ilustración 8 Matriz de tamaños Muestrales

Elaborado por: Giraldo

Fuente:(Giraldo, 2012)

La fórmula considera los siguientes puntos:

Z = 95% (nivel de confianza)

p = 0.5 (grado de aceptación)

q = 0.5 (grado de rechazo)

e = 5% (error)

n= Universo (316.544)

4.11.2.3 Técnica de recogida y análisis de datos

4.11.2.3.1 Exploratoria

Para la recolección de datos sobre hoteles en Guayaquil se realizó una entrevista a un dueño de hotel y en dicha entrevista se le realizaron las siguientes preguntas.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- ¿Qué lo motivó a seleccionar a la ciudad de Guayaquil para construir su hotel?
- ¿Cuáles son los factores claves para el éxito de su hotel?
- ¿Cuál fue la capacidad utilizada de su hotel en el primer año de operaciones?
- ¿Qué herramientas o estrategias utiliza para captar clientes?
- ¿Quiénes son sus competidores directos e indirectos?
- ¿Qué lo hace diferente a su hotel de la competencia?
- ¿Considera usted que faltan hoteles en Guayaquil?
- ¿Qué piensa usted sobre los hoteles boutique?

4.11.2.3.2 Concluyente

Se realizaron 384 encuestas a turistas extranjeros en el aeropuerto José Joaquín de Olmedo con un tiempo estimado de duración de 5 a 8 minutos en su totalidad, donde los encuestados escuchaban las preguntas realizadas por el encuestador y respondían a ellas.

El formato de la encuesta realizada se puede visualizar en los anexos de este trabajo de titulación en el capítulo 12 y las tabulaciones de los resultados en el documento anexo # 5 a este trabajo de titulación.

4.11.2.4 Análisis de Datos

Para recoger el análisis de datos se efectuaron 384 encuestas que ayudaron a entender qué factores consideran importantes los turistas al hospedarse en un Hotel y a aclarar los objetivos del estudio de mercado.

4.11.2.5 Resumen e interpretación de resultados

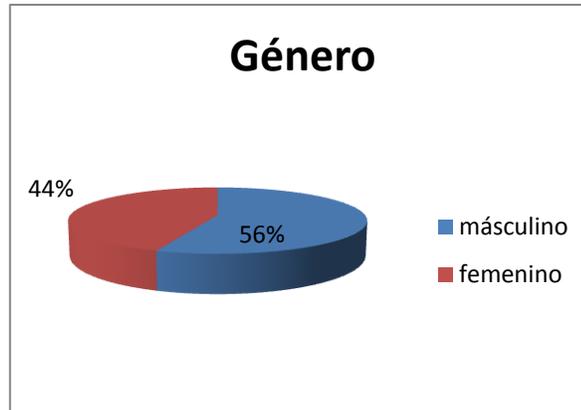
Gracias al estudio de mercado realizado se pudo obtener los siguientes resultados basados en las 384 encuestas a los turistas extranjeros.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

A continuación se muestran los resultados obtenidos

Pregunta #1: Género

Ilustración 9 Pregunta #1

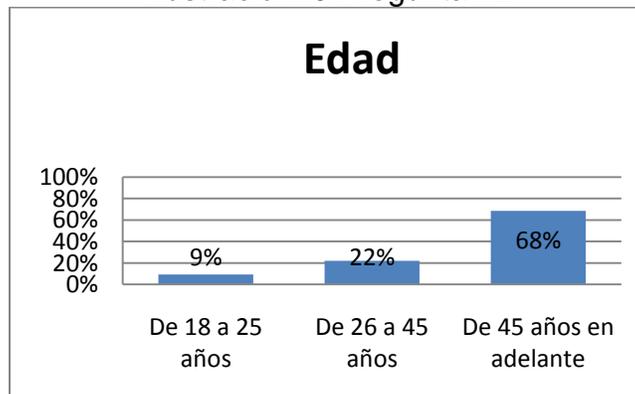


Elaborado por: El autor

El 56% de los entrevistados son de género masculino y el 44% restante de género femenino por lo que estuvo casi pareja la realización de las encuestas en cuanto al género.

Pregunta #2: Edad

Ilustración 10 Pregunta #2

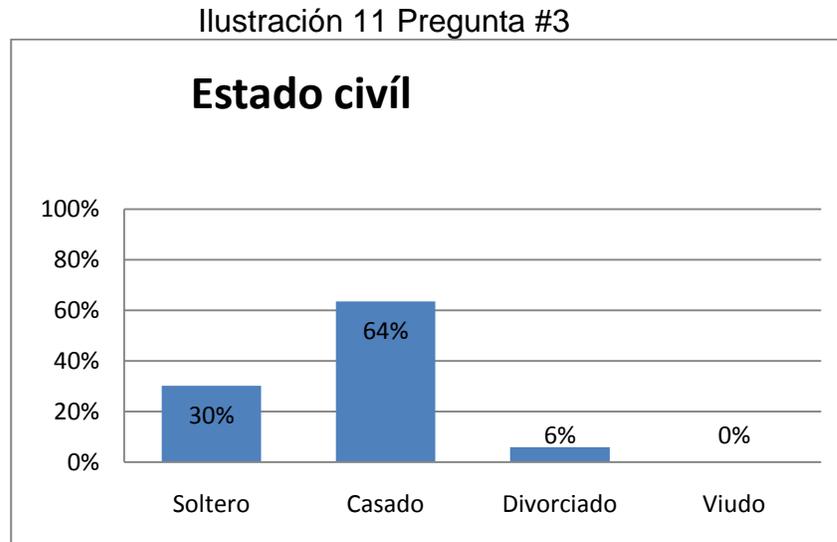


Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

La edad de los encuestados fue en mayor porcentaje de turistas de 45 años en adelante representando un 68%, mientras que solamente un 9% eran de entre 18 y 25 años de edad y de 26 a 45 años el 22% restante. Se puede asumir que esto se debe a que gran cantidad de los turistas que ingresan al país son de edad avanzada.

Pregunta # 3: Estado civil



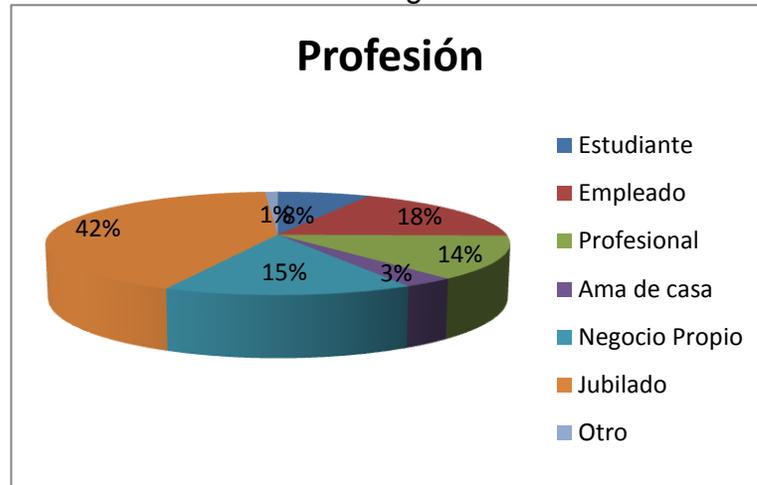
Elaborado por: El autor

En este gráfico se puede observar que el mayor porcentaje de turistas que ingresan a la ciudad de Guayaquil se encuentran casados representando un 64% de los encuestados, mientras que el 30% de ellos son personas solteras y divorciadas solamente el 6%.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Pregunta #4: Ocupación

Ilustración 12 Pregunta #4

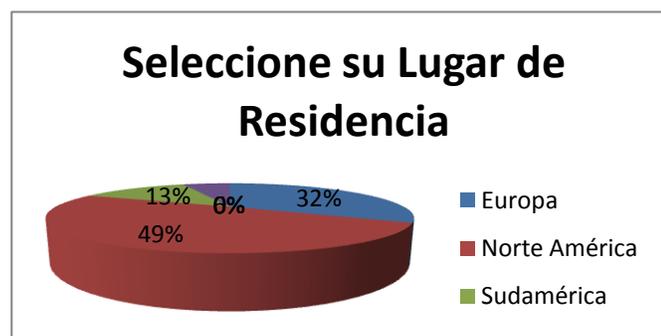


Elaborado por: El autor

En este gráfico se puede apreciar que la mayor parte de turistas que ingresan a la ciudad se encuentran jubilados representando a un 42% de los encuestados, seguido del 18% que son empleados, el 15% de ellos son estudiantes, un 14% son profesionales, el 8% cuentan con su propia empresa o negocio y finalmente el 3% son amas de casa.

Pregunta #5: Seleccione su lugar de residencia.

Ilustración 13 Pregunta #5



Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Se puede apreciar que la mayor cantidad de turistas que ingresan a la ciudad de Guayaquil provienen de Norte América con un 49%, lo siguen aquellos turistas de Europa con el 32% y luego Sudamérica y centro América con 13% y 6% respectivamente, como se puede apreciar no hubo registro de turistas provenientes de Asia y África por lo que ambos quedan sin porcentajes en el gráfico.

Pregunta # 6: ¿Conoce usted qué es un hotel boutique?

Ilustración 14 Pregunta #6



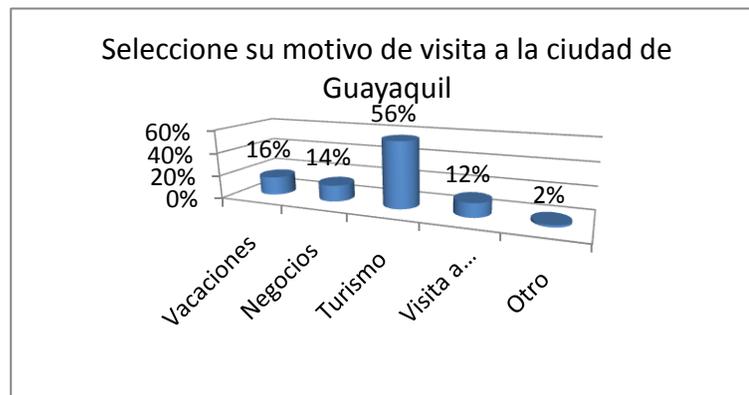
Elaborado por: El autor

Como se puede apreciar en este gráfico solamente el 63% de los encuestados dijeron conocer el término Hotel Boutique mientras que el 37% desconocían del tema.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Pregunta #7: Seleccione el motivo de su visita a la ciudad de Guayaquil

Ilustración 15 Pregunta #7

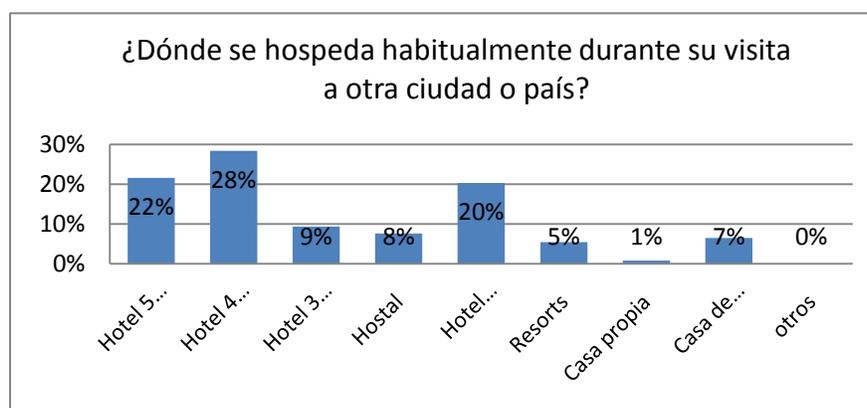


Elaborado por: El autor

Como se puede apreciar en este gráfico los turistas vienen a Guayaquil por diferentes motivos entre los que se pueden destacar como actividad principal el turismo ya que el 56% de los encuestados señalaron que viajaban por este motivo, mientras que los demás encuestados respondieron en un 16% por vacaciones, 14% por negocios, 12% por visita a amigos o familiares que residen en la ciudad y solamente el 2% por otros motivos.

Pregunta #8: ¿Dónde se hospeda habitualmente durante su visita a otra ciudad o país?

Ilustración 16 Pregunta #8



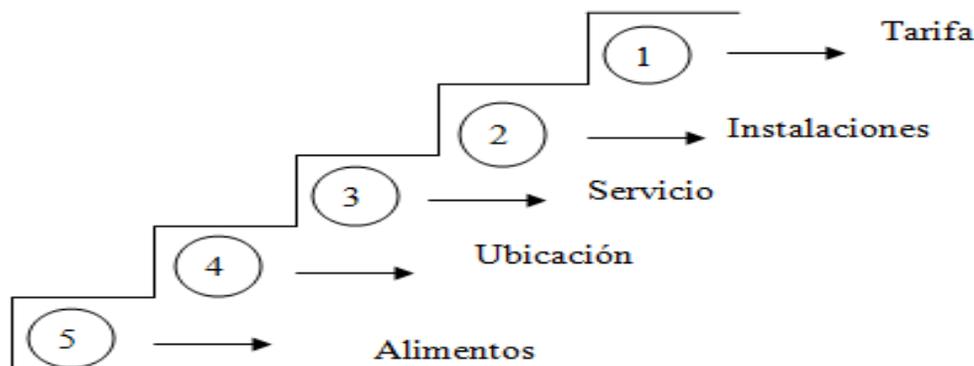
Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

En este gráfico se puede apreciar que los gustos de los turistas en cuanto a hospedaje se refiere, varía mucho cuando visitan una ciudad o país ajeno a su lugar de residencia. En el caso de los encuestados para este trabajo de titulación el 28% de ellos manifestaron que se hospedan habitualmente en hoteles 4 estrellas, el 22% en hoteles 5 estrellas, el 20% de ellos en hoteles boutique, el 9% en hoteles 3 estrellas, el 8% en hostales, el 7% en casa de amigos o familiares, un 5% mencionó los resorts y solamente el 1% dijo que en casa propia.

Pregunta #9: ¿Qué factores considera usted más importantes al momento de elegir dónde hospedarse?

Ilustración 17 Pregunta #9



Elaborado por: El autor

Este gráfico fue realizado con promedios ponderados utilizando los resultados de las encuestas que se muestran en la siguiente tabulación de esta pregunta.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 18 Tabulación pregunta #9

En una escala del 1 al 5, por favor enumere usted siendo el 1 lo más importante y el 5 lo menos importante.
¿Qué factores considera usted más importante al momento de elegir dónde hospedarse?

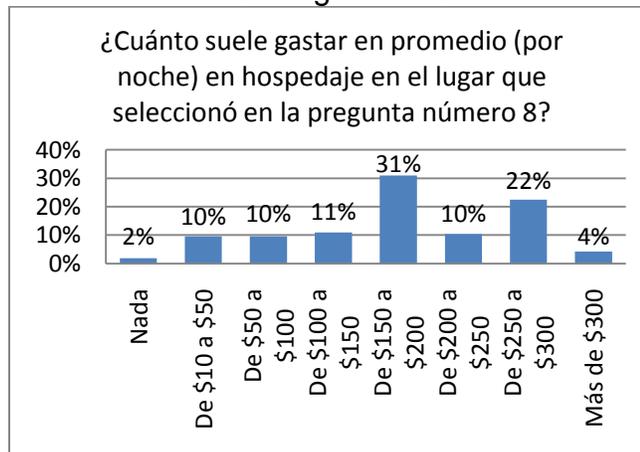
Tarifa					
1	2	3	4	5	total
168	84	16	52	64	384
44%	22%	4%	14%	17%	
Ubicación					
44	89	91	83	77	384
11%	23%	24%	22%	20%	
Servicio					
48	86	94	82	74	384
13%	22%	24%	21%	19%	
Instalaciones					
107	82	95	77	23	384
28%	21%	25%	20%	6%	
Alimentos					
17	43	88	90	146	384
4%	11%	23%	23%	38%	

Elaborado por: El autor

Como se puede observar en el primer gráfico en primer lugar los turistas consideraron más importante al momento de decidir dónde hospedarse la tarifa con el 44%, las instalaciones con el 28%, el servicio en tercer lugar con el 13%, la ubicación con el 11% y finalmente los alimentos con el 4%.

Pregunta #10: ¿Cuánto suele gastar (promedio) por noche en hospedaje en el lugar que seleccionó en la pregunta #8.

Ilustración 19 Pregunta #10



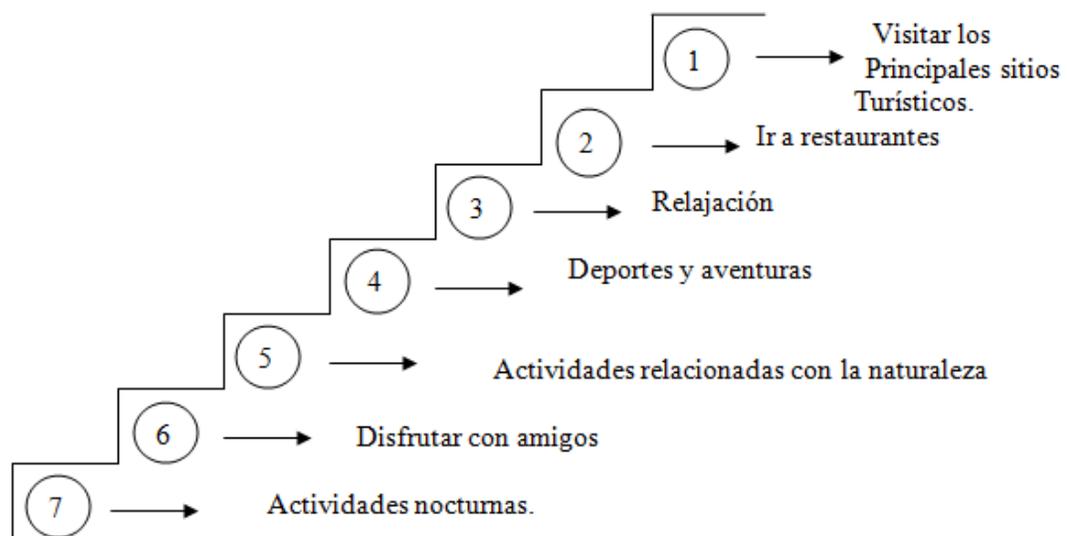
Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Como se puede observar en este gráfico el 31% de los encuestados respondieron que suelen gastar entre \$150 y \$200 dólares por noche, el 22% respondió que alrededor de \$250 y \$300, el 11% alrededor de \$100 y \$150, entre los que gastan de \$10 a \$50, de \$50 a \$100 y de \$200 a \$250 se igualan en porcentajes con el 10% cada uno, mientras que finalmente solamente el 4% suelen gastar más de \$300 dólares y el 2% no gastan absolutamente nada.

Pregunta #11: ¿Cuáles de las siguientes actividades le gusta realizar durante su visita a otra ciudad o país?

Ilustración 20 Pregunta #11



Elaborado por: El autor

Cómo se puede observar en este gráfico se utilizaron promedios ponderados para dar orden a las principales actividades que los turistas prefieren realizar cuando se encuentran de visita en otra ciudad o país, se puede destacar que la principal actividad que gusta a los turistas es visitar los principales sitios turísticos, ya que el 34% de los encuestados eligió esa opción o dieron mayor importancia a esa opción, luego en forma descendente se puede ver que el 19% tiene como segunda opción más importante ir a restaurantes, con el mismo 19%

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

se encuentran las actividades de relajación, deportes y aventuras en cuarto lugar con el 7%, disfrutar con amigos con un 7% de igual forma y finalmente como última opción consideraron las actividades nocturnas con tan solo el 6%.

A continuación se presenta la tabulación de la pregunta #11 donde se pueden apreciar los porcentajes de cada actividad.

Ilustración 21 Tabulación pregunta #11

¿Cuál de las siguientes actividades le gusta realizar durante su visita a otras ciudades o países?							
Visitar los principales sitios turísticos de la ciudad							
1	2	3	4	5	6	7	
131	94	76	35	15	14	19	384
34%	24%	20%	9%	4%	4%	5%	
Deporte y aventura							
1	2	3	4	5	6	7	
26	33	66	70	57	63	69	384
7%	9%	17%	18%	15%	16%	18%	
Actividades Nocturnas							
1	2	3	4	5	6	7	
23	27	54	62	65	59	94	384
6%	7%	14%	16%	17%	15%	24%	
Actividades relacionadas con la naturaleza							
1	2	3	4	5	6	7	
32	43	49	53	68	62	77	384
8%	11%	13%	14%	18%	16%	20%	
Disfrutar con amigos							
1	2	3	4	5	6	7	
26	27	57	65	67	75	67	384
7%	7%	15%	17%	17%	20%	17%	
Ir a restaurantes							
1	2	3	4	5	6	7	
72	79	56	64	35	33	45	384
19%	21%	15%	17%	9%	9%	12%	
Relajación							
1	2	3	4	5	6	7	
74	81	26	35	77	78	13	384
19%	21%	7%	9%	20%	20%	3%	

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Pregunta #12: ¿Se ha alojado alguna vez en un hotel boutique?

Ilustración 22 Pregunta #12

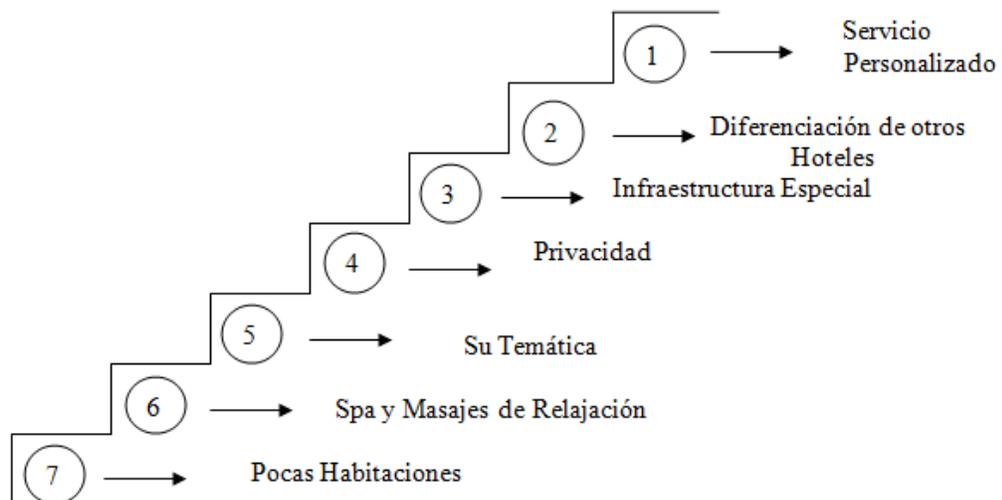


Elaborado por: El autor

Considerando solamente las 241 personas quienes contestaron afirmativamente la pregunta número 6 se realizó esta pregunta de los cuales el 89% afirmó haberse hospedado alguna vez en un hotel boutique y solamente el 11% contestaron que no, aquellos que contestaron que no automáticamente terminaron la encuesta en ese momento, dando como resultado que solamente 215 personas continúen con la encuesta para las siguientes preguntas.

Pregunta #13: ¿Cuáles son los atributos que usted más valora de un hotel boutique?

Ilustración23 Pregunta #13



Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

En esta tabulación también se utilizó un promedio ponderado que dieron los siguientes resultados. Como se puede apreciar en esta pregunta los atributos que más consideran los huéspedes de los hoteles boutique son los siguientes.

En primer lugar el servicio personalizado con el 39% de los resultados, la diferenciación de otros hoteles con el 13%, su infraestructura especial en tercer lugar con el 13% al igual que la privacidad, su temática especial con el 10%, en el sexto lugar consideraron los spa y masajes de relajación con un 9% y finalmente como última opción que tenga pocas habitaciones con el 3%

A continuación se presenta la tabulación de esta pregunta donde se pueden observar los porcentajes.

Ilustración 24 Tabulación de la pregunta #13

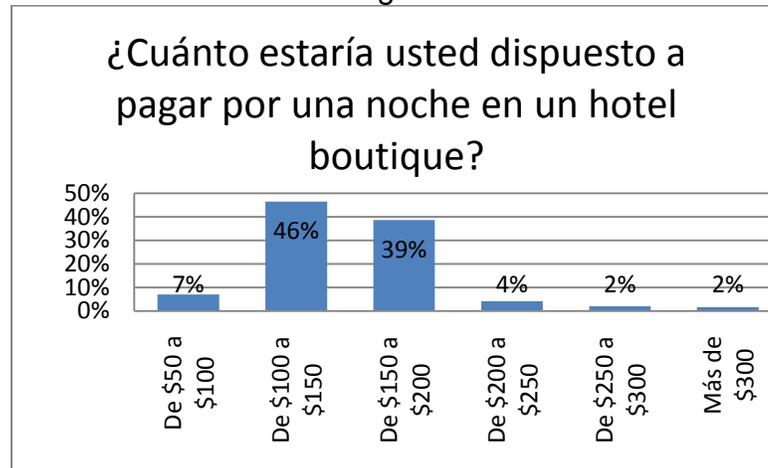
¿Cuáles son los atributos que usted más valora de un hotel Boutique?							
Pocas Habitaciones							
1	2	3	4	5	6	7	TOTAL
6	11	22	32	39	49	56	215
3%	5%	10%	15%	18%	23%	26%	
Servicio Personalizado							
1	2	3	4	5	6	7	TOTAL
84	75	39	9	4	2	2	215
39%	35%	18%	4%	2%	1%	1%	
Infraestructura especial							
1	2	3	4	5	6	7	TOTAL
28	28	32	47	32	26	22	215
13%	13%	15%	22%	15%	12%	10%	
Su temática							
1	2	3	4	5	6	7	TOTAL
22	28	47	47	37	24	11	215
10%	13%	22%	22%	17%	11%	5%	
Spas y masajes de relajación							
1	2	3	4	5	6	7	TOTAL
19	17	32	30	34	39	43	215
9%	8%	15%	14%	16%	18%	20%	
Privacidad							
1	2	3	4	5	6	7	TOTAL
28	19	24	30	32	39	43	215
13%	9%	11%	14%	15%	18%	20%	
Diferenciación de otros Hoteles							
1	2	3	4	5	6	7	TOTAL
28	37	19	19	39	32	41	215
13%	17%	9%	9%	18%	15%	19%	

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Pregunta #14: ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una noche en un hotel boutique?

Ilustración 25 Pregunta #14



Elaborado por: El autor

Como se puede apreciar en este cuadro el 46% de los encuestados respondieron que estarían dispuestos a pagar de \$100 a \$150 dólares, el 39% dijo que de \$150 a \$200, el 7% dijo que de \$50 a \$100, solamente el 4% mencionó que de \$200 a \$250 y finalmente solamente con el 2% dijeron que entre \$250 a \$300 y más de \$300 con el mismo porcentaje.

Pregunta #15: ¿Estaría usted dispuesto a comprar artículos de recuerdo que se vendan en un hotel boutique?

Ilustración 26 Pregunta #15



Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Como se puede apreciar en este gráfico solamente el 73% de los encuestados estarían dispuestos a comprar algún artículo de un hotel boutique mientras que el 27% de los encuestados se negó a hacerlo.

Entrevista.

Para realizar el análisis de datos exploratoria se realizó una entrevista de 15 a 30 minutos al Ing. Manuel Esparza López dueño del Airport Hotel de categoría 4 estrellas, en la cual se le realizaron las siguientes preguntas.

- ¿Qué lo motivó a seleccionar a la ciudad de Guayaquil para construir su hotel?
La demanda creciente de turismo en todo el país y principalmente la de ésta ciudad, Originalmente nosotros tenemos un Hotel en la ciudad de Machala y al ver que la hotelería es un negocio rentable decidimos comprar un terreno al frente del aeropuerto José Joaquín de Olmedo en la ciudad de Guayaquil con la intención de captar la atención de los turistas que ingresan a la ciudad vía aérea.
- ¿Cuáles son los factores claves para el éxito de su hotel?
La buena atención al cliente, mantener siempre ordenadas y limpias las instalaciones del hotel y estar prestos para resolver cualquier necesidad de los huéspedes. Además que se realiza una buena campaña de marketing y relaciones con entidades públicas y agencias de viajes principalmente de la provincia de Pichincha que siempre envían delegaciones de deportistas y en el segundo caso turistas nacionales a nuestro hotel.
- ¿Cuál fue la capacidad utilizada de su hotel en el primer año de operaciones?
De acuerdo a los reportes que recibimos los socios del hotel al final del primer periodo de parte del gerente general se determinó que el hotel alcanzó una capacidad máxima de alrededor el 72% durante el primer año y gracias a Dios este porcentaje se ha mantenido creciendo en estos últimos dos años. Esperamos a un corto plazo poder decir que el hotel ha estado lleno a su capacidad total y

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

esto dependerá mucho de las relaciones públicas, alianzas estratégicas y campañas de marketing que realicemos.

- ¿Qué herramientas o estrategias utiliza para captar clientes?

Las estrategia que han sido muy útiles y de las más efectivas para captar clientes son las alianzas estratégicas con las agencias de turismo dentro y fuera de nuestra ciudad y además pienso que la buena atención que reciben nuestros huéspedes en cada visita y el precio de las habitaciones. Incluso tenemos huéspedes que son fieles a nuestro hotel porque nos visitan a menudo. Además siempre es bueno poder publicar promociones en las redes sociales y principales periódicos del país para captar la atención de aquellos turistas internos que no saben dónde hospedarse cuando visitan la ciudad de Guayaquil.

- ¿Quiénes son sus competidores directos e indirectos?

Considero que todos los hoteles de 3 y 4 estrellas que están ubicados al norte de la ciudad, además que este sector se ha poblado de hoteles que se encuentran cerca del aeropuerto al igual que nosotros como por ejemplo el hotel Montecarlo y el hotel La Garzota por nombrar algunos.

- ¿Qué lo hace diferente a su hotel de la competencia?

Considero que depende mucho nuestra diferenciación del servicio que ofrecemos a los huéspedes, al ambiente que produce nuestro hotel y que los clientes disfrutan mucho, además de la comodidad de nuestras habitaciones. Pero tenemos que mejorar en algunos aspectos ya que recién estamos analizando bien el comportamiento del mercado porque somos un hotel relativamente nuevo.

- ¿Considera usted que faltan hoteles en Guayaquil?

Yo considero que sí, porque cada vez crece más la entrada de turistas extranjeros a la ciudad y nos ha pasado en ciertas ocasiones que hay huéspedes que quieren reservar un cupo en nuestro hotel, principalmente los fines de semana y nos ha tocado decirles que no tenemos cupo para ninguna habitación, pero

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

como te mencioné anteriormente nuestra capacidad utilizada anualmente oscila entre un 72% y 80% actualmente porque hay días que son buenos pero hay otros que no tanto. Considero que en la mayoría del tiempo todo depende también de cómo manejes las relaciones con tus clientes y con tus aliados para incrementar la cantidad de huéspedes en los hoteles.

- ¿Qué piensa usted sobre los hoteles boutique?

Yo creo que son hoteles muy bonitos y finos por su particularidad de manejar una temática en especial y tengo entendido de que tienen precios elevados en sus habitaciones, particularmente no he estado en uno, pero considero que tienen mucho futuro ya que hoy en día hay turistas que prefieren un hotel donde disfruten de la tranquilidad y privacidad y prefieren un lugar un poco más pequeño y donde los atiendan y traten bien. Estos hoteles también forman parte de nuestra competencia ya que son incluso un poco más lujosos que nuestro hotel pero nuestra ventaja es que no hay muchos actualmente en la ciudad de Guayaquil.

A continuación se muestran algunas conclusiones de la investigación concluyente

- La mayor cantidad de turistas extranjeros que ingresan a la ciudad son de una edad promedio de 45 años en adelante, en su mayoría se encuentran jubiladas y son provenientes de Norte América y Europa.
- Los turistas que visitan la ciudad de Guayaquil son de estrato socioeconómico medio-alto y alto, que suelen gastar alrededor de \$150 dólares en adelante por noche en hoteles 4 y 5 estrellas y hoteles boutique.
- La principal causa de la visita de extranjeros a la ciudad de Guayaquil es para hacer turismo.
- La mayoría de los turistas que ingresan a la ciudad conocen el concepto de los hoteles boutique, estarían dispuestos a hospedarse en uno de ellos y adquirir artículos que se vendan en el hotel.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

A continuación se detallan las conclusiones de la investigación exploratoria

- Es importante mantener una buena imagen del hotel todo el tiempo.
- La campaña de marketing debe ser agresiva para captar clientes.
- Las alianzas estratégicas ayudan significativamente a atraer nuevos clientes a los hoteles.
- La diferenciación del servicio es clave para fidelizar clientes.

4.11.3 Conclusiones de la Investigación de Mercado

A continuación se detallan algunas conclusiones de acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación de mercado.

- Cada vez más turistas visitan el país con las características que Residenza Boutique Hotel tiene segmentado en su mercado meta.
- El nivel de aceptación de mercado referente a los hoteles boutique es satisfactorio ya que el 20% de los turistas que ingresan a Guayaquil están dispuestos a hospedarse en este tipo de hoteles.
- Entre las principales actividades que prefieren realizar los turistas que ingresan a Guayaquil de acuerdo al estudio de mercado, el 34% mencionó visitar los principales atractivos turísticos de la ciudad como primera opción, como segunda opción el 19% eligió ir a restaurantes mientras que en igual porcentaje con el 19% prefieren realizar actividades de relajación.
- El segmento de mercado para este trabajo de titulación son aquellos turistas nacionales y extranjeros de 35 años en adelante, de estrato socioeconómico medio – alto y alto
- La cantidad de huéspedes que puede recibir Residenza Boutique Hotel anualmente es de 34.675 personas de acuerdo a su capacidad instalada.
- El 63% de los turistas encuestados mencionaron conocer sobre los hoteles boutique y los servicios que brindan.
- El 46% de los turistas encuestados mencionaron que estarían dispuestos a pagar de \$100 a \$150 dólares por noche en un hotel boutique, mientras que el

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

39% dijo que de \$150 a \$200 por lo tanto, los precios establecidos para este trabajo de titulación se encuentran dentro de esos rangos.

4.11.4 Recomendaciones de la Investigación de Mercado

Se recomienda enfocarse a aquellos turistas extranjeros que tienen una edad promedio de 35 años en adelante y que tengan un poder adquisitivo medio-alto. Se deberá ofrecer a más del hospedaje, otros servicios que complementen la estadía de los huéspedes de Residenza Boutique Hotel como por ejemplo turismo en los principales lugares atractivos de la ciudad, implementar una buena imagen en el restaurante del hotel y ofrecer alimentación de calidad. Además se recomienda que se realicen fuertes alianzas estratégicas ya que son de mucha ayuda para la atracción de nuevos clientes, tal como lo mencionó el experto en la entrevista.

4.12 Cuantificación de la Demanda

4.12.1 Identificación del Mercado Potencial y la Demanda Potencial Insatisfecha

No hay un estudio realizado donde se determine la demanda potencial insatisfecha de los hoteles de la ciudad de Guayaquil para los turistas extranjeros, por lo que se aplicará una fórmula para realizar el cálculo de la misma y en base a la capacidad instalada del hotel se determinará el porcentaje al cual se enfocará Residenza Boutique Hotel.

En esta ilustración se puede observar el mercado meta de turistas extranjeros que ingresan a Guayaquil y con los cuales se partirá para realizar el cálculo de la demanda insatisfecha.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 27 Identificación del mercado potencial

Año	2011	2012
Porcentaje de crecimiento de llegada de extranjeros a Ecuador	11%	
Ingresos de turistas extranjeros a Ecuador	1.141.037	1.271.953
Porcentaje de crecimiento de llegadas de extranjeros a Guayaquil	4%	
Ingreso de turistas extranjeros a Guayaquil	304199	316544
Mercado meta (Turistas extranjeros que ingresan a Guayaquil)	34675	

Elaborado por: El autor

Fuentes: (INEC, 2011) (OPTUR, 2013) (Enteratecuador.com, 2012)

Fórmula para calcular la demanda insatisfecha:

$$Q = n \cdot p \cdot q \text{ (Crecenegocios.com, 2010)}$$

Q= Demanda insatisfecha

n= Número de posibles clientes

p= Precio promedio del producto o servicio en el mercado

q= Cantidad promedio de consumo per cápita en el mercado (PIB)

Resolución:

$$Q = 316544 \cdot 100 \cdot 0,048$$

$$Q = 31654400 \cdot 0,048$$

$$Q = 151,941$$

Se ha determinado que la demanda potencial insatisfecha es de 151,941 personas y Residenza Boutique Hotel se enfocará a 34,675 turistas de esa demanda, puesto que la capacidad instalada del hotel permite que 34,675 clientes se hospeden anualmente en las habitaciones del Residenza Boutique Hotel como se lo demuestra en la siguiente tabla.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 26 Capacidad Instalada por personas

CAPACIDAD INSTALADA POR PERSONAS				
TIPO DE HABITACIONES	Cantidades	Número de personas	Días	Total
Sencilla	11	1	365	4015
Matrimonial	15	2	365	10950
Doble	8	2	365	5840
Familiar	6	4	365	8760
Suites	3	2	365	2190
Suites presidenciales	2	4	365	2920
TOTAL DE PERSONAS AL AÑO				34675

Elaborado por: El autor

Es necesario mencionar que la proyección de ventas de este trabajo de titulación en el capítulo 7 se realizará en base a la capacidad instalada del hotel por habitaciones y no por personas, puesto que lo que permite determinar los ingresos de ventas es la cantidad de habitaciones alquiladas y no la cantidad de personas que ingresan al hotel, a continuación se muestra la tabla de capacidad instalada en base a las habitaciones.

Tabla 27 Capacidad instalada por habitaciones

CAPACIDAD INSTALADA POR HABITACIONES			
TIPO DE HABITACIONES	Cantidades	Días	Total
Sencilla	11	365	4015
Matrimonial	15	365	5475
Doble	8	365	2920
Familiar	6	365	2190
Suites	3	365	1095
Suites presidenciales	2	365	730
TOTAL DE HABITACIONES DISPONIBLES ANUALMENTE			16425

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4.12.2 Proyección de Ventas a Cinco Años o Tiempo que Establezca el Payback.

La proyección de ventas de la industria se ha realizado considerando el incremento de la industria del turismo en Guayaquil del 4%, y considerando que en el año 2012 ingresaron 316,544 turistas extranjeros de Norte América, Europa y Sudamérica a la ciudad de Guayaquil de los cuales solamente el 50% de ellos se hospedaron en hoteles en un tiempo promedio de 5 a 10 días, generando un ingreso neto de \$29'544.106,67 por día y \$221'580.800,00 durante los 7,5 días promedio que permanecen en la ciudad ya que esa cantidad oscila entre 5 a 10 noches en total como se lo demuestra en la siguiente tabla. (Ministerio de turismo, 2011)

Ilustración 28 Proyección de ventas de la industria

PROYECCIÓN DE VENTAS DE LA INDUSTRIA							
AÑO			2012	2013	2014	2015	2016
Ventas			\$ 221.580.800,00	\$ 230.444.032,00	\$ 239.661.793,28	\$ 249.248.265,01	\$ 259.218.195,61
Crecimiento de la Industria	4%						
Ingreso de turistas extranjeros a Ecuador		1271953					
Ingreso de turistas extranjeros a Guayaquil		316544					
Turistas que van a hoteles	50%	158272					
Gasto promedio por turista		\$ 1.400,00					
Días promedio de permanencia en la ciudad		7,5					
Gasto promedio por día		\$ 186,67					
Ingresos por turistas en Guayaquil por día		\$ 29.544.106,67					
Ingresos por turistas en Guayaquil durante su permanencia		\$ 221.580.800,00					

Elaborado por: El autor.

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, Barómetro de actividades turísticas

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 5

5 PLAN DE MARKETING

5.1 Objetivos: General y Específicos

Objetivo General.

Posicionar en el mercado y en la mente de las personas el nombre Residenza Boutique Hotel al momento de referirse a hoteles boutique de Ecuador.

Objetivos específicos.

- Dar a conocer a Residenza Boutique Hotel a través de redes sociales y página web del hotel.
- Posicionar el nombre de Residenza Boutique Hotel como primera opción de las personas del mercado meta.
- Incrementar los ingresos del hotel en un 5% anualmente.
- Determinar las herramientas necesarias a utilizar para alcanzar la atención del mercado meta.
- Determinar estrategias de publicidad para captar nuevos clientes anualmente.

5.1.1 Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada

5.1.1.1 Tipo y Estrategias de Penetración

Con el propósito de penetrar en el mercado el Residenza Boutique Hotel se enfocará en ingresar con un precio relativo o igual al de los hoteles boutique de Guayaquil pero ofreciendo mejores instalaciones, más comodidad y con mayor confort, mejor servicio, atención personalizada, estas cualidades le darán una ventaja competitiva y una rápida penetración al mercado. Se eligió manejar un precio similar a los hoteles boutique de Guayaquil debido a que Residenza Boutique Hotel tiene características similares a los hoteles de lujo en Guayaquil denominados 5 estrellas y esto brinda una ventaja competitiva frente a los demás hoteles boutique, además que los clientes tendrían una mejor disposición de pago

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

si relacionan los precios de un hotel pequeño pero lujoso contra un hotel cinco estrellas igual de lujoso pero de precio más alto.

5.1.1.2 Cobertura

La cobertura que tendrá Residenza Boutique Hotel será todos aquellos turistas nacionales y extranjeros de 35 años en adelante con un nivel socioeconómico medio-alto que gusten de hoteles lujosos y hogareños.

5.2 Posicionamiento

5.2.1 Estrategia de Posicionamiento

El hotel boutique utilizará una estrategia de posicionamiento por precio y calidad que se caracterice en ser una empresa íntima del cliente debido a que desarrollará una relación de seguimiento de todos sus huéspedes para medir la satisfacción por el servicio recibido; la empresa se enfocará específicamente en brindar un servicio de mejor valor por el dinero debido al precio en relación a los hoteles cinco estrellas ofreciendo lo mismo por menos, es decir, ofrecer un mejor servicio conjugado con instalaciones lujosas por el mismo precio que los competidores ya en el mercado.

5.2.2 Valoración del Activo de la Marca (BAV)

El departamento de marketing deberá ejecutar profesionalmente una estrategia para dar un valor activo a la marca del hotel considerando los siguientes parámetros:

- Dar un enfoque a la marca para establecerse en el mercado por medio de campañas publicitarias.
- Crear estrategias para enganchar a los turistas a que se hospeden en el hotel.
- Crear estrategias para atraer a los clientes al hotel y luego los trabajadores se encarguen de dar el mejor de los servicios para generar estima por parte de los huéspedes al hotel.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3 Marketing Mix

5.3.1 Estrategia de Producto o Servicios

El hotel boutique ha desarrollado diferentes estrategias para captar clientes y que permitan el desarrollo de sus actividades como:

Diferenciación.- Donde se ofrecerá a los huéspedes un servicio el cual llene las expectativas de cada persona, cuidando los detalles que brindan una percepción de diferenciación en el servicio, servicio de transporte, servicio de guía turística, caja fuerte en cada cuarto, desayuno a la habitación, áreas comunes y sociales y más que todo la tecnología que se implementará en todas las instalaciones del hotel como: Un ipad o tablet touch en cada habitación ajustado a una pared en la cual el huésped podrá seleccionar que tipo de actividades desea realizar dentro del hotel como fuera de él (servicio a la habitación, programar el uso del sauna o del hidromasaje, reservar una mesa en el restaurante y hacer el pedido de lo que desea servirse poniendo también el tiempo que le va a tomar acercarse al restaurante para que cuando el llegue le sirvan lo que el ordenó de inmediato, entre otras cosas). Puertas con sensor dactilar para abrirlas, entre otras cosas.

Ferias de arte y tecnología con diferentes temáticas.- Donde las personas podrán discutir de las innovaciones de la tecnología y disfrutar de las demostraciones de los expositores y a la vez si desean comprar algún artículo que haya sido de su agrado podrán hacerlo, estas ferias se realizarán con auspiciantes de las mejores marcas en tecnología del mercado, de la misma manera se lo hará con las diferentes temáticas de las ferias.

Tiendas de recuerdos.- Donde los clientes puedan comprar artículos tecnológicos del hotel o cuadros artísticos que sean de su agrado y para quienes se encuentren hospedados en el hotel habrá un descuento especial en dichos artículos.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Fidelización de clientes.- A los clientes a partir de la segunda vez que visiten el hotel como programa de recompensas se les dará un “cashback” en los valores de hospedaje del 15% del valor de consumo para que lo utilicen en el hospedaje a partir de la segunda noche

5.3.1.1 Descripción del Producto

Producto esencial.-Residenza Boutique Hotel es un nuevo hotel en la ciudad de Guayaquil que ofrece servicio de hospedaje de lujo a todos aquellos turistas nacionales y extranjeros.

Producto Real.-Es un concepto nuevo en hotelería ya que se caracteriza por ser un hotel pequeño pero a la vez lujoso que ofrece un servicio personalizado y que tiene una temática en particular en este caso la conjugación de lo histórico de Guayaquil con lo moderno de la tecnología, que le dan una perspectiva a los turistas del desarrollo de la ciudad sin perder el toque colonial que caracteriza a la ciudad de Guayaquil. Lo que hace diferente a Residenza Boutique Hotel del resto de hoteles de la ciudad, es que además de vender un servicio de hospedaje, éste venderá un concepto tecnológico a sus clientes con una atención 100% personalizada para satisfacer a los huéspedes desde el momento que llegan al hotel hasta que abandonen sus instalaciones.

Producto aumentado.- El hotel contará además de la tecnología, con un salón especial que permitirá realizar eventos y ferias que darán un valor agregado al tradicional concepto de hotel.

El slogan del hotel es: Residenza “tradición tecnológicamente confortable” que demuestra el concepto fundamental del hotel.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.1.2 Adaptación o Modificación del Producto

El servicio será adaptable a todos los requerimientos de los clientes en cuanto a hospedaje se refiere; por ejemplo: si un huésped está con su familia en una habitación familiar y necesitan un colchón adicional para otra persona éste podrá ser ubicado en el cuarto con un recargo de \$15,00 adicionales al precio de la habitación. Así mismo el hotel se adaptará a los requerimientos de sus huéspedes cada vez que ellos lo soliciten para no incomodarlos y poder brindarles todas las facilidades para satisfacer su atención.

5.3.1.3 Empaque

Los artículos que vende el hotel serán entregados en empaques adecuados con el logotipo y slogan de la empresa debidamente diseñados por el departamento de marketing.

5.3.1.4 Amplitud y Profundidad de Línea

La amplitud de servicios del Residenza Boutique Hotel son aquellos servicios adicionales que se ofrecen aparte del hospedaje tales como: servicios de restaurante, spa, venta de recuerdos y réplicas de los activos del hotel, eventos y ferias temáticas.

Profundidad.- En el caso de cada uno de los servicios que ofrece el hotel se caracteriza por:

Hospedaje: habitaciones sencillas, matrimoniales, dobles, familiares, suites y suites presidenciales.

Servicios de alimentación: Platos a la carta, desayuno, almuerzo, merienda, postres, bebidas, etc.

Spa: masajes, tratamientos faciales y corporales, depilaciones y peluquería.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Venta de recuerdos: Venta de artículos de recuerdos de la ciudad de Guayaquil.

Ferias temáticas: Ferias de tecnología, de cuadros artísticos, de muebles, etc.

5.3.1.5 Marcas y Submarcas

Residenza Boutique Hotel es la única marca que la empresa dará a conocer debido a que ella engloba el concepto del servicio que brinda.

5.3.2 Estrategia de Precios

Residenza Boutique Hotel por ser un proyecto nuevo en Guayaquil utilizará precios similares al de la competencia para poder entrar en el mercado, sacando ventajas de sus atributos y estrategias para captar huéspedes ofreciéndoles el mejor servicio.

5.3.2.1 Precios de la Competencia

Los precios de los competidores oscilan entre \$38, 25 hasta \$210 como valor mínimo por la habitación más sencilla y de estos precios aumentan en adelante dependiendo de cada habitación.

A Continuación se muestra una tabla de los precios de los competidores.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla28 Precios de la competencia

<i>NOMBRE DEL HOTEL</i>	<i>PRECIOS</i>	<i>LÍNEA DE PRECIOS DE RESIDENZA BOUTIQUE</i>
<i>MANSIÓN DEL RÍO</i>	Desde \$100,00 EN ADELANTE	DESDE \$100,00 EN ADELANTE.
<i>ORILLA DEL RÍO</i>	Desde \$95,00 EN ADELANTE	
<i>MANSO BOUTIQUE HOSTAL</i>	Desde \$38,25 EN ADELANTE	
<i>MC SUITES</i>	Desde \$85,00 EN ADELANTE	
<i>ORO VERDE</i>	Desde \$210 EN ADELANTE	
<i>HILTON COLÓN</i>	Desde \$209 EN ADELANTE	
<i>COURTYARD MARRIOT</i>	Desde \$178,00 EN ADELANTE	
<i>SHERATON</i>	Desde \$175,00 EN ADELANTE	

Elaborado por: El autor

Fuente: booking.com

En comparación a los precios de los competidores directos e indirectos el hotel boutique brindará un servicio igual o mejor que el de los hoteles cinco estrellas pero a un menor precio tal como se mencionó anteriormente en la estrategia de posicionamiento para poder ganar mercado, desarrollando un mejor servicio incluso que el de los hoteles boutique ya en el mercado de la ciudad de Guayaquil.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.2.2 Poder Adquisitivo del Mercado Meta

El poder adquisitivo del mercado meta de Residenza Boutique Hoteles medio-alto y alto ya que dichos turistas suelen gastar de \$1200,00a \$1600,00 dólares americanos en promedio en la ciudad de Guayaquil durante su tiempo de permanencia, que por lo general oscila entre 5 a 10 días debido a que son personas que les gusta la exclusividad y el buen servicio, por lo que están dispuestos a pagar un poco más por recibir un hospedaje de lujo y un servicio de calidad. (Saenz, 2012)

5.3.2.3 Expectativa de los Accionistas

Las expectativas de los accionistas son las que se detallan a continuación.

- Posicionarse en el mercado en un periodo máximo de dos años.
- Incrementar los ingresos en un 5% anualmente.
- Los clientes salgan satisfechos y recompensados por los valores cancelados en comparación con el servicio recibido y así recomienden la estadía del hotel.
- Expandir las actividades del hotel a las principales ciudades del país en un lapso no mayor a 15 años.
- Recuperar la inversión en un periodo corto en relación a la magnitud del proyecto.

5.3.2.4 Políticas de Precio

Los precios de las habitaciones del hotel están basados en los precios del mercado como se mencionó anteriormente y por los cuales ha establecido los precios de la siguiente manera como se lo demuestra en la tabla:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 29 Lista de precios de las habitaciones

<i>TIPO DE HABITACIÓN</i>	<i>PRECIO DE LA HABITACIÓN</i>	<i>DESCUENTO %</i>
<i>Habitación Sencilla. (1 cama Queen)</i>	\$100,00	5%
<i>Habitación Doble. (2 camas Queen)</i>	\$145,00	5%
<i>Habitación Matrimonial. (1 cama King size)</i>	\$140,00	5%
<i>Habitación Familiar (1 cama King size 2 camas queen).</i>	\$155,00	5%
<i>Suite (1 cama King size)</i>	\$170,00	5%
<i>Suite presidencial (1 cama de 3 plazas)</i>	\$225,00	5%

Elaborado por: El autor

Cabe recalcar que el hotel cuenta con un programa de recompensas, es decir, cada vez que un nuevo cliente se hospeda en el hotel, éste queda registrado en la base de datos por lo cual en su próxima visita se le entrega una tarjeta que le garantiza un 15% de descuento y lo denomina un cliente VIP en todos los servicios que ofrece Residenza Boutique Hotel, del cual podrá hacer uso a partir de su segunda noche de hospedado, además se darán descuentos en los siguientes casos:

- Debe reservar con un mes de anticipación y obtendrá un 20% de descuento en el precio de la habitación.
- A quienes adquieran un paquete turístico con las agencias de turismo aliadas al hotel recibirán un 10% de descuento para su próxima visita.
- Por cada persona que un cliente recomiende a éste se le sumará un 5% de descuento para su siguiente visita sin establecer un límite de descuento, a tal

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

punto de que el cliente VIP pueda llegar a tener una noche completamente gratis por su fidelidad y recomendaciones a otros clientes.

El hotel aplica estas políticas con la finalidad de ganar nuevos clientes y de fidelizar a los ya existentes como una estrategia de marketing.

5.3.3 Estrategia de Plaza

5.3.3.1 Localización

Residenza Boutique Hotel estará ubicado en la ciudad de Guayaquil estratégicamente en el sector de la vía a la costa debido a que la ciudad se está expandiendo geográficamente hacia los lados de la ciudad, vía a samborondón y vía a la costa, dicho crecimiento se lo puede palpar a simple vista por la creciente inversión inmobiliaria en ese sector y además del nuevo proyecto del aeropuerto internacional de Guayaquil que se ejecutará en Daular a más o menos 32 km de distancia del centro de la ciudad. Permitiendo así estar ubicados cerca del nuevo aeropuerto para comodidad de los turistas.

5.3.3.1.1 Macro Localización

Guayaquil es la ciudad más grande del Ecuador y además la más poblada, teniendo el puerto más importante del país generando movimientos económicos por diferentes factores como, importaciones y exportaciones, turismo, entretenimiento, comercio, entre otros generadores de dinero que inyectan a la economía de la ciudad y del país ya que a Guayaquil se la denomina la capital económica del Ecuador.(Ecuador.us, 2008) Es por esto que nuevos inversionistas siempre consideran a la ciudad de Guayaquil para hacer realidad sus proyectos, motivo por el cual Residenza Boutique Hotel no será la excepción.

5.3.3.1.2 Micro Localización

El hotel estará ubicado al Noreste de la ciudad debido al desarrollo de la ciudad arquitectónica, urbana, logística, y comercialmente. Además de que se ha

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

analizado diferentes factores tales como: cercanía de los clientes, cercanía de los proveedores, disponibilidad de transporte y la disponibilidad del terreno.

5.3.3.1.3 Ubicación

Residenza Boutique Hotel estará ubicado en el km 30 de la vía a la costa ubicándose solamente a 5 minutos del nuevo aeropuerto internacional ubicado en la vía Chongón - Daular, en proyecto, facilitando el traslado a los turistas hacia cualquier destino turístico que ellos deseen ya sea dentro de la ciudad como también hacia las playas más cercanas a la ciudad o a la ruta del spondylus en las costas ecuatorianas.

5.3.3.1.4 Distribución del Espacio

Residenza Boutique Hotel estará ubicado en el km 30 de la vía a la costa, cuenta con 3000 metros cuadrados de los cuales 2000 metros cuadrados de terreno ocupará el edificio con una construcción de 4 pisos de 1500 metros cuadrados cada uno, 500 metros cuadrados de terreno serán distribuidos para la piscina, sauna, spa, hidromasaje, bar y 500 metros cuadrados para áreas verdes y estacionamiento.

5.3.3.2 Sistema de Distribución Comercial

5.3.3.2.1 Canales de Distribución

Los canales de distribución de Residenza Boutique Hotel son todas las operadoras turísticas o agencias de viajes nacionales e internacionales con las que se haya realizado un convenio bajo un contrato firmado con la finalidad de que ambas partes sean beneficiadas, es decir, por cada recomendado, Residenza Boutique Hotel deberá pagar el 10% de comisión a la operadora o agencia

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

turística mencionada anteriormente, dicho porcentaje se encontrará estipulado dentro del contrato del convenio.

Esas agencias ayudarán a incrementar las ventas del hotel, enviando turistas que tengan pensado visitar la ciudad de Guayaquil a Residenza Boutique Hotel como primera opción en hospedaje dependiendo del perfil del cliente, es decir si un turista con el perfil del criterio de la segmentación de mercado elaborado en este trabajo de titulación tiene pensado visitar Guayaquil, la agencia de viaje aliada al hotel donde vaya a pedir información deberá recomendar al cliente que visite a Residenza Boutique Hotel y además brindarle toda la información sobre el servicio que éste brinda a sus huéspedes.

Cabe recalcar que dichos convenios serán realizados por el departamento de Marketing una vez que el hotel entre en el funcionamiento de sus operaciones por lo que los valores de las comisiones no serán considerados dentro de los estados financieros de este trabajo de titulación.

5.3.3.2.2 Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.

No aplica por no ser el segmento al cual se enfoca el Trabajo de titulación.

5.3.3.2.3 Red de Ventas

La red de ventas que utilizará Residenza Boutique Hotel será a través de agencias u operadoras turísticas nacionales o extranjeras aliadas al hotel, venta en las instalaciones del hotel y vía online como se determinó anteriormente.

5.3.3.2.4 Políticas de Servicio al Cliente

Para asegurar la calidad de un buen servicio, los trabajadores del hotel siempre deberán ser cordiales con todas las personas que ingresan al hotel, deben responder a todas las inquietudes que estos tengan y mantener una buena

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

imagen por sobre todas las cosas, para así demostrar siempre la elegancia del hotel y para que los clientes se sientan atendidos a conformidad.

Todos los procesos que deben cumplir los trabajadores para la buena representación de un servicio de calidad están estipulados en el reglamento interno de la compañía.

En cuanto al servicio post venta el departamento de marketing deberá hacer seguimientos de los huéspedes por medio de la página web para asegurar la calidad del servicio, además se contará con un dispositivo que permita calificar digitalmente la eficiencia y eficacia del servicio brindado como lo aplican muchos bancos del país para medir la calidad de la atención al cliente.

En caso de existir alguna queja, el cliente podrá comunicarla a cualquier empleado del hotel y éste tiene la responsabilidad de comunicar al departamento de recursos humanos o al departamento administrativo, para que estos tomen una decisión acertada para solucionar dicho problema de inmediato.

El hotel no emitirá devoluciones de dinero en caso de existir algún descontento con un servicio brindado al cliente, en caso de existir inconformidad y de que el huésped exija un desembolso de dinero, el gerente administrativo emitirá una orden de crédito por el mismo valor para que sea consumido dentro del hotel en cualquier servicio que el cliente así lo desee, siempre y cuando su argumento sea validado como un error del personal del hotel (situación que deberá analizar el administrador).

5.3.4 Estrategias de Promoción

5.3.4.1 Estrategias ATL y BTL

Las estrategias ATL que utilizará el hotel se realizarán pocas veces al año como se detalla en el cronograma de marketing, debido a que el enfoque del hotel

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

para el mercado nacional es muy pequeño y será bajo anuncios publicitarios en Supercines de Quito y Cuenca , por medio de un video de 30 segundos aproximadamente se informará sobre los servicios, promociones, y beneficios que ofrece el Residenza Boutique Hotel además se realizarán publicaciones en el periódico de 1/8 (un octavo) de página cada 4 meses en los diarios de mayor circulación nacional como El Universo, El Comercio y El Telégrafo para captar la atención de todos aquellos ecuatorianos que deseen hacer turismo interno y visitar la ciudad de Guayaquil.

Las estrategias BTL que Residenza Boutique Hotel utilizará son las siguientes:

Utilizar la base de datos que genere la página web donde las personas que ingresan a esta página del hotel automáticamente al buscar información deberán ingresar sus datos personales, lo cual creará la base de datos anteriormente mencionada, utilizando esa base de datos se enviarán correos personalizados a cada uno de los registrados con información del hotel y de las actividades que se realizan en él, dependiendo de lo que hayan buscado en la web durante su tiempo conectado.

Redes sociales.- En la página web del hotel se pondrá los links de las redes sociales más utilizadas del momento (Facebook, Twitter e Instagram) que estarán actualizadas con información de todas las actividades del hotel a cargo del gerente de marketing electrónico quien en conjunto con el Gerente de Marketing decidirán qué información subir a la fan page de Facebook y a las cuentas de Twitter e Instagram para dar a conocer de los servicios, promociones y demás beneficios que ofrece el Residenza Boutique Hotel y lo que lo diferencia del resto de hoteles.

Coctel de inauguración.- Se invitará a medios de comunicación de televisión que emitan señal nacional e internacional y a la prensa escrita, además a personas que participen de la industria hotelera y turística para realizar un evento

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

que dé por inaugurado el hotel y engrandezca la imagen que se desea brindar del hotel desde el primer día.

Alianzas estratégicas.- Se realizará alianzas estratégicas con agencias de turismo nacionales de las principales ciudades del país y extranjeras donde se encuentra principalmente el enfoque de mercado del hotel para impulsar al turismo nacional y para hacer que los interesados en viajar a Guayaquil visiten Residenza Boutique Hotel además de ofrecerles paquetes turísticos con todos los servicios del hotel y los servicios adicionales que ofrezcan las agencias de viaje que quedarán estipuladas en el contrato del convenio.

5.3.4.2 Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria

El logotipo del hotel será realizado por un diseñador gráfico quien enfocará todas las características del hotel para conjugarlas en una imagen que sea difícil de olvidar por los clientes, el cual será acompañado por el slogan del hotel que lo caracteriza.

5.3.4.3 Promoción de Ventas

5.3.4.3.1 Venta Personal

Se realizará la venta personal en las instalaciones del hotel, cuando un cliente se acerque a preguntar por los servicios con los que cuenta Residenza Boutique Hotel, este servicio o asesoramiento será expuesto por la recepcionista que se encuentre a cargo brindando una atención de calidad que luego será calificado por el cliente por medio del software indicador de servicio al cliente.

5.3.4.3.2 Trading

Una forma de motivar a los trabajadores sin duda en un lugar de trabajo son los reconocimientos, bonificaciones y otras distinciones que realzan el desenvolvimiento de los trabajadores y beneficia al rendimiento de la empresa, por este motivo Residenza Boutique Hotel ha decidido implementar las siguientes

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

distinciones para siempre mantener un nivel alto en el rendimiento de sus trabajadores y del servicio al cliente que estos ofrecen.

Primas por objetivos.- Todos los trabajadores deberán plantearse objetivos semestralmente que serán aprobados o rechazados por el departamento de Recursos Humanos para entrar en competencia, una vez aprobados los trabajadores deberán alcanzar esos objetivos y en recompensa si los cumplen se les dará un valor como prima por el mérito.

Distinciones: Todos los meses se elegirá al “empleado del mes” por desempeño y mérito en su trabajo y además se pondrá en una pared la foto del empleado seleccionado para distinguirlo como un trabajador ejemplar ante sus compañeros.

5.3.4.3.3 Clienting:

Una forma de generar mayores ventas o mayores ingresos para el hotel será a través de las siguientes estrategias:

Quienes se hospeden desde 3 días en adelante podrán hacer uso del spa totalmente gratis durante un día en compañía de las personas con las que esté en la habitación; en caso de no querer hacer uso del spa se le otorgará un descuento del 20% en el consumo de restaurante si el huésped así lo desea.

Programa de recompensas.- A quienes visiten por segunda ocasión el hotel se les entregará una tarjeta personalizada que les otorga el 15% de descuento en todos los servicios que se ofrecen, donde encontrarán su nombre y la distinción de ser un cliente VIP del hotel. Esta estrategia le dará realce a los clientes y hará que se sientan importantes para quienes conforman Residenza Boutique Hotel.

5.3.4.4 Publicidad

5.3.4.4.1 Estrategia de Lanzamiento

Se utilizarán las redes sociales, página web, para anunciar el lanzamiento del hotel en la etapa pre-operacional, en las cuales se realizarán sorteos de una

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

noche completamente gratis para hospedarse en el hotel, entre los primeros 300 seguidores de la cuenta de Twitter y otra para las primeras 200 personas que den “like” a la fan page de Facebook. Además se invitarán a medios de comunicación para promover la imagen del hotel nacional e internacionalmente. El coctel de lanzamiento será en las instalaciones del hotel en el salón de eventos, donde se darán cita todas las personas representantes de las agencias de turismo nacionales con las que se haya realizado convenios para aliarse estratégicamente, además se hará una invitación general al Ministerio de Turismo para que envíen a 5 delegados para el coctel y a diferentes autoridades de la ciudad, quienes honrarán a los trabajadores y directivos que conforman Residenza Boutique Hotel con su presencia.

5.3.4.4.2 Plan de Medios.

La mayor proporción de publicidad del hotel será en línea, promoviendo la página web oficial del hotel y además sus cuentas oficiales en redes sociales que serán administradas por el gerente de marketing electrónico, quien deberá crear 2 cuentas para cada plataforma, es decir, dos cuentas para Facebook y dos cuentas de Twitter en inglés y en español respectivamente para así poder llegar al mercado meta.

Además se realizará publicidad por medio de la prensa escrita en los diarios más importantes del país cada cuatro meses como lo demuestra la tabla a continuación.

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

Tabla 30 Plan de Medios

<i>Fecha</i>	<i>Medio</i>	<i>Formato</i>	<i>Costo</i>
Abril	El Universo	1/8 de página	\$3,000
	El Comercio.	Full color.	
	El Telégrafo.		
Agosto	El Universo.	1/8 de página	\$3,000
	El comercio.	Full color	
	El Telégrafo.		
Diciembre	El Universo.	1/8 de página	\$3,000
	El Comercio.	Full color	
	El Telégrafo.		

Elaborado por: El autor

5.3.4.4.3 Mindshare

La idea que se ha planteado en el hotel es que la marca de Residencia Boutique Hotel sea posicionada como primera opción en las personas que viajan a la ciudad de Guayaquil cuando escuchen el término “Hotel Boutique” a partir del primer año de funcionamiento, por lo que será primordial que la campaña de marketing sea ejecutada con éxito.

5.3.4.4.4 Publicidad Blanca

Residencia Boutique Hotel en el día del lanzamiento del hotel invitará a los medios de comunicación como se había mencionado anteriormente y lo cual generará publicidad sin costo para el hotel por diferentes medios como televisión, prensa escrita y radio que hablarán del evento y además informará al país sobre la marca Residencia Boutique Hotel, generando una publicidad hacia los turistas de las diferentes ciudades del país quienes a la vez son parte del mercado del hotel.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.4.4.5 Merchandising

Residenza Boutique Hotel establecerá como estrategia de merchandising publicidad en el punto de venta, en este caso dentro de las instalaciones del hotel. Las herramientas que utilizará para captar la atención de las personas será banners con promociones cada cuatro meses empezando desde el mes de Enero del primer año de funcionamiento y en los cuales se expondrá todo lo referente a los servicios que se ofrece y servicios complementarios, además un mimo estará animando en la parte exterior del hotel en ocasiones especiales de lanzamientos de nuevas ofertas cada dos meses para llamar la atención de las personas que pasen por el lugar invitándolos a pasar al hotel para que conozcan sus instalaciones, restaurante, bar, y demás servicios que éste ofrece fuera del hospedaje; otro tipo de merchandising será realizar ferias de exhibición de arte, tecnología y otros temas de importancia social cada dos meses a partir del mes de Febrero del primer año de funcionamiento y en los cuales se convocará a la prensa para que hablen sobre estos eventos y así generar publicidad al hotel.

El presupuesto mensual de la campaña de marketing con las fechas establecidas para cada actividad se puede visualizar en el material complementario de este trabajo de titulación en la tabla 96.

5.3.4.4.6 Relaciones Públicas

En el hotel se realizarán ferias de todo tipo de arte y temas que se consideren importantes a exponer ante los clientes, en estas ferias se invitará a diferentes expositores y empresarios para que a más de vender sus productos den una charla a las personas que se encuentren presentes, las autoridades del hotel deberán brindar una breve charla o exposición de los nuevos servicios que se implementarán al hotel en todas las áreas para crear una buena relación con los clientes, además una vez al año se realizará una reunión formal en donde todos los miembros del hotel y los socios podrán disfrutar de un show en vivo de artistas nacionales o internacionales y a su vez podrán intercambiar ideas en

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

conversaciones socialmente abiertas, esto ayudará a crear mejores relaciones públicas entre los involucrados.

También se destinarán \$2.000,00 mensuales del presupuesto del hotel para que el relacionista público o un encargado del departamento de marketing viaje cada dos meses a entablar relaciones con agencias turísticas de diferentes países del mundo para en alianzas estratégicas recomienden a Residenza Boutique Hotel a los turistas que visiten Guayaquil Ecuador como la primera opción a elegir en hospedaje.

El relacionista público del hotel deberá también enviar boletines de prensa a todos los diarios de mayor circulación del país, medios televisivos y radiales para cuando se realice alguna actividad dentro del hotel como conferencias, ferias temáticas o cualquier otro evento que tenga relevancia importante para la comunidad y para el desarrollo del turismo como tal, es decir cada dos meses como se mencionó anteriormente, con la finalidad de generar publicidad efectiva para los turistas nacionales por cada evento que se realice en las instalaciones del hotel o que Residenza Boutique Hotel sea partícipe.

5.3.4.4.7 Marketing Relacional

Para fortalecer las relaciones con los clientes se ha creado el programa de recompensas que busca fidelizar a los huéspedes del hotel otorgándoles una tarjeta que permite que tenga el 15% de descuento en todos los programas y servicios que ofrece el hotel a partir de su segunda visita. Es decir al momento de que cada huésped se retire del hotel se le otorgará la tarjeta personalizada con el nombre del cliente y se le indicará que a su próxima visita éste podrá hacer uso de dicho beneficio. De esta manera se busca que los clientes no solamente vuelvan a Guayaquil sino también a Residenza Boutique Hotel y que recomienden a familiares y amigos de los beneficios que se le otorgan por su estadía generando marketing de boca a boca.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.4.4.8 Insights Marketing

Los insights son pensamientos ocultos e inconfesables que tienen los clientes sobre un servicio o producto de los cuales el hotel hará una indagación mediante encuestas sencillas que sean de carácter anónimas para que así los clientes puedan expresarse abiertamente sobre lo que no les gusta del hotel y de esta manera con los resultados se realizarán estrategias para fortalecer esas fallas y fidelizar a los clientes, satisfaciéndolos en todo sentido.

5.3.4.4.9 Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto

5.3.4.4.10 Estrategias de E-Commerce , E-Business e E-Marketing

E-Marketing.

La página web del hotel establecerá relaciones con páginas como www.despegar.com, www.booking.com, entre otras que son páginas que se encuentran posicionadas en google como primeras opciones de búsqueda en cuanto a hoteles y con las cuales se darán a conocer los servicios que ofrece Residenza Boutique Hotel, los precios de las habitaciones y hasta les permite a los interesados a realizar reservaciones directamente, para brindar mayor información para las personas que lean sobre Residenza Boutique hotel en una de estas dos páginas se proporcionará un link que los re direcciona a la página oficial del hotel donde encontrarán información más detallada. Además se utilizará la herramienta de google adwords para poner palabras claves de búsqueda relacionadas a la página web y al servicio del hotel como “Hoteles en Ecuador”, “Ecuador”, “Hoteles Boutique”, “Hoteles Guayaquil” entre otras palabras que permitirán posicionar la página web en los primeros sitios de búsquedas de google.

Al momento del cliente ingresar a la página web encontrará un menú que le preguntará en qué idioma desea ver el contenido de la página en inglés o en español y luego puede ver la información sin necesidad de haberse registrado o suscrito, una vez que la persona ingrese una solicitud de reservación deberá

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

registrarse y esta información pasará a una base de datos para luego enviarle información personalizada del servicio en cuanto al requerimiento que hizo.

La página brindará herramientas fáciles y claves para que los clientes puedan ver la disponibilidad de las habitaciones utilizando un calendario virtual para que el cliente ingrese la fecha tentativa de su arribo a Guayaquil y pueda ver si hay habitaciones disponibles o no, esta herramienta también proporcionará opciones en caso de no encontrar lo que el cliente busca. Además la página tendrá un uso sencillo donde el cliente a más de informarse sobre los servicios que ofrece Residenza Boutique Hotel pueda ver y consultar una galería de fotos de las instalaciones del hotel, lista de precios con fotos adjuntas, testimonios o comentarios de clientes anteriores, publicaciones de actividades y eventos del hotel, realizar consultas, visualizar las preguntas frecuentes que hacen las personas acerca de los servicios, además se creará una plataforma para quienes deseen visualizar la página del hotel en su smartphone.

Otra herramienta que se utilizará para generar E-Marketing será la utilización de las redes sociales para informar, promover y realizar promociones a quienes se encuentren en la base de datos del hotel.

E-Business.

Residenza Boutique Hotel realizará transacciones bancarias online para realizar pagos de primas por las alianzas estratégicas con las empresas que se encuentren aliadas al hotel además realizará pagos a proveedores entre otras empresas a las que se deba el hotel.

E- Commerce.

Una vez que el cliente esté interesado en realizar una reservación automáticamente cuando de clic sobre la pestaña de “Reservaciones” aparecerá una ventana nueva donde deberá ingresar sus datos personales y si el cliente desea puede pagar por adelantado con tarjeta de crédito los precios de las

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

habitaciones con un descuento por el pago adelantado ya que la reservación no tendrá ningún costo.

5.3.4.4.11 Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Si bien es cierto, los hoteles hoy en día deben implementar herramientas de internet para atraer a nuevos clientes, mucho más si estos son internacionales por lo que se puede analizar lo que hacen los competidores de Residenza Boutique Hotel en la siguiente tabla.

Tabla 31 Análisis de la promoción electrónica de los competidores

COMPETIDORES	E-BUSINESS	E-COMMERCE	E-MARKETING
DIRECTOS			
Mansión del Río	No cuenta con el uso de esta herramienta.	No tienen para realizar pagos online.	Posicionamiento en google. Mantiene una cuenta de Facebook y Twitter.
Orilla del Río	No tiene disponibilidad online	No permite realizar pagos ni reservaciones online	Posicionamiento en google. Realiza publicidad en la plataforma de Youtube, cuenta con fan page de Facebook y cuenta de Twitter
Manso Boutique Guesthouse.	No tiene reservaciones online	No tiene pagos online.	Posicionamiento en google. Tiene un video en Youtube enfocado al mercado internacional, no tiene cuentas de Facebook ni Twitter.
Mc Suites	No tiene página web oficial, brinda información mediante otras páginas	No permite realizar pagos o transacciones online	No tiene publicidad a través de redes sociales.
INDIRECTOS			
Oro Verde	No cuenta con el uso de esta herramienta.	Se puede hacer pagos de reservaciones y de habitaciones mediante página web.	Tiene cuenta de Twitter, Facebook, videos en Youtube, convenios con páginas de hoteles en el top

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

			de google, tiene posicionamiento en google de su página oficial.
Hilton Colón	No cuenta con el uso de esta herramienta. Tiene página web oficial con información muy elemental, se puede revisar solamente disponibilidad.	No se puede realizar reservaciones ni pagos online.	Tiene videos publicitarios en Youtube, no cuenta con cuenta de Twitter, tiene fans page.

Elaborado por: El autor

Fuente: Redes sociales.

Como se puede observar en el cuadro, los competidores directos no manejan completamente las tres áreas fundamentales para realizar buenas campañas publicitarias en línea, sin embargo si se destacan en algunas pero no son muy fuertes, el único hotel que brinda publicidad, posicionamiento, transferencias y demás funciones online es el Hotel Oro Verde, pero, este hotel es un competidor indirecto por ser un hotel cinco estrellas y no boutique. Residenza Boutique Hotel deberá aplicar benchmarking en las estrategias que ellos utilizan para alcanzar un posicionamiento alto y realizar una campaña agresiva de E-Business, E-Commerce y también de E-Marketing para captar clientes y aprovechar las desventajas de los competidores directos para así poder enganchar al mercado meta tal como se detalla en los siguientes literales.

5.3.4.4.12 Diseño e Implementación de la Página Web

La página web estará diseñada con un formato de español e inglés que sea llamativa y a la vez que sea de fácil manipulación, para que los turistas nacionales y extranjeros puedan informarse de los servicios que ofrece Residenza Boutique Hotel, realicen consultas, reservaciones y pagos online y además puedan compartir la dirección de la página a través de las redes sociales, además se aplicarán las estrategias anteriormente mencionadas de E-Business, E-Marketing y E-Commerce y otras adecuaciones que el departamento de marketing y marketing electrónico deberán considerar en el desarrollo de las operaciones del hotel.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.4.4.13 Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales

Residenza Boutique Hotel utilizará las herramientas de las redes sociales que hoy en día ayudan a captar nuevos clientes y además de mantener informados a los clientes actuales de las actividades, programas, beneficios, descuentos y demás promociones que el hotel ofrece. Las redes sociales que utilizará el hotel también estarán a cargo del gerente de marketing electrónico y serán las siguientes.

Tabla 32 Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales

REDES SOCIALES	USO
Fans page de Facebook.	<p>Se creará una cuenta de fans para el hotel, la cual servirá para realizar publicaciones interesantes en inglés y español y que no solo tengan que ver con el servicio que ofrece Residenza Boutique Hotel sino también datos curiosos sobre los hoteles, la hotelería y la industria con el tema denominado “Un día como hoy en la hotelería” y se hará referencia a hoteles de todo el mundo, sus historias, tradiciones, y datos que sean interesantes para todos los fans; tratando de generar cada vez más tráfico en la página y así captar la atención de futuros clientes potenciales. Además para ganar estadías gratis en el hotel los usuarios podrán interactuar respondiendo a las trivias que se realicen todos los días miércoles y deben invitar y compartir la fans page con sus amigos para que quienes logren compartir a más personas ganen una de las ofertas del momento, desde una estadía en una habitación sencilla hasta una estadía de dos días y una noche en la suite presidencial con una cena romántica incluida y disfrutar de todos los servicios adicionales que ofrece el hotel completamente gratis.</p> <p>Esta fans page estará enlazada con otras redes sociales como “Twitter y Youtube” para que aparezcan en la cuenta Twitter datos similares a los que se publican en la fans page y viceversa; por otro lado con la cuenta de Youtube se compartirán los enlaces de los videos “destacados” de la semana y también aquellos que brindan publicidad al hotel. Por último la fans page tendrá un enlace que lo re-direccione al usuario a la página oficial del hotel para obtener mayor información en caso de querer contar con sus servicios.</p>
Cuenta Twitter.	<p>La cuenta de Twitter siempre estará enlazada a la fans page de Facebook para que todo lo que se publique en esta cuenta aparezca en Facebook. A través de esta cuenta se realizarán ofertas y promociones del hotel, concursos en los cuales los seguidores deberán interactuar respondiendo trivias e invitando a nuevos seguidores a que se sumen a la cuenta realizando “Retweets” a lo que se publique en la cuenta. Además se interactuará receptando las quejas y o reclamos de los clientes con la finalidad de ofrecer una disculpa pública y ofrecer un mejor servicio a futuro. Esta cuenta también realizará publicaciones interesantes de artículos, videos y temas que no específicamente tengan que ver con información del hotel para captar cada vez nuevos seguidores. Por otra parte, se fomentará semanalmente a que los usuarios participen de los “hashtag” por ejemplo: #MiExperienciaResidenza y así lograr ser trending topic para hacer más pública la cuenta, y también podrán participar de sorteos</p>

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

	para ganar estadías u otros servicios como se mencionó anteriormente que se realizará a través de la fans page de Facebook.
Youtube.	Se publicará videos de los servicios que ofrece Residenza Boutique Hotel en inglés y español para informar a los turistas nacionales y extranjeros de las actividades y beneficios que podrán recibir si se hospedan en él, además se realizarán videos relacionados al hotel y al turismo en Guayaquil destacando los sitios turísticos más interesantes que ofrece la ciudad además de los nuevos proyectos que la alcaldía tiene previstos realizar. Todos los videos que se publiquen en el canal Oficialde Youtube de Residenza Boutique Hotel serán expuestos a través de las redes sociales de Google, Facebook y Twitter creando enlaces para su revisión, además se receptorán comentarios de los usuarios de Youtube y se los invitará a que formen parte de las otras redes sociales anteriormente mencionadas para mayor información y también de la página oficial del hotel que se encontrarán detalladas en los videos.
Google	Se tiene previsto aplicar las herramientas de Google adwords para crear posicionamiento de búsqueda en dicho navegador de la página web del hotel y las demás redes sociales como se mencionó anteriormente en E-Marketing.

Elaborado por: El autor

5.3.4.4.14 Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales

Se diseñará la fans page en Facebook de Residenza Boutique Hotel en los idiomas inglés y español para así llegar a captar al mercado meta de turistas nacionales y extranjeros utilizando las estrategias y herramientas que se mencionaron anteriormente en “las estrategias a través de redes sociales”.

5.3.4.4.15 Marketing Social

El Marketing social está enfocado a un segmento en específico y se hace ocasionalmente, se realiza por medio del departamento de marketing, para comunicar a la sociedad las actividades de responsabilidad social del hotel que se realizarán durante el tiempo de desarrollo y funcionamiento de Residenza Boutique Hotel, en el cual se ejecutarán campañas de responsabilidad social y ambiental como por ejemplo la campaña “siembra un árbol”, donde todos quienes conforman Residenza Boutique Hotel participarán de ella, luego, a través de los correos electrónicos y redes sociales se mostrarán videos e imágenes a través de las plataformas de Youtube los cuales se enlazarán a las demás redes sociales anteriormente mencionadas para así poder dar a conocer este tipo de actividades

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

a la sociedad y de esta manera, las personas puedan observar el actuar de todo el capital humano que conforman el hotel.

5.3.4.5 Ámbito Internacional

5.3.4.5.1 Estrategia de Distribución Internacional

Este literal no aplica por ser una empresa de servicios y no de producción o venta de productos para exportar.

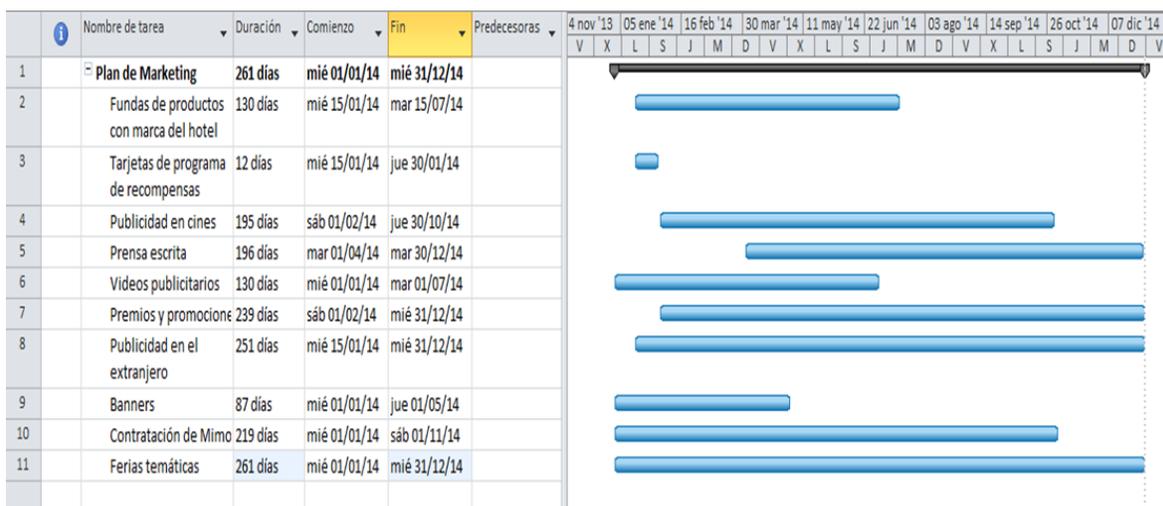
5.3.4.5.2 Estrategias de Precio Internacional

Este literal no aplica para el desarrollo de este trabajo de titulación por ser una empresa de servicios y no va a exportar productos.

5.3.5 Cronograma

El cronograma de la campaña de marketing se ha elaborado en Microsoft Project de acuerdo a como se va a realizar ésta en el periodo pre-operacional y durante el desarrollo de las actividades de Residenza Boutique Hotel como se demuestra en la siguiente ilustración.

Ilustración 29 Cronograma de Marketing



Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.6 Presupuesto de Marketing.

El presupuesto de la campaña de marketing se encuentra detallado en la siguiente tabla donde se puede observar la etapa pre-operacional del proyecto y a partir de ese momento se utilizarán los valores detallados para realizar las proyecciones a futuro de los siguientes periodos en que se realizará la campaña de Marketing.

Tabla 33 Presupuesto de Marketing

<i>PUBLICIDAD</i>	<i>DETALLES</i>	<i>COSTO FIJOS</i>	<i>COSTO PRIMER AÑO</i>
<i>Fundas de productos con marca del hotel.</i>	2000 unidades	\$200,00	_____
<i>Tarjetas para programa de recompensas.</i>	200 unidades	\$100,00	_____
<i>Publicidad en Supercines de Quito y Cuenca</i>	_____	\$5.000,00	_____
<i>Página web y redes sociales</i>	_____	_____	\$1.200,00
<i>Premios y promociones.</i>	A través de redes sociales.	\$1000,00	_____
<i>Videos</i>	Cines y Youtube.	\$200,00	_____
<i>Google adwords</i>		_____	\$200,00
<i>Coctel de Inauguración.</i>	Gastos varios	_____	\$10.850,00
<i>Diseño del logotipo</i>		_____	\$120,00
<i>Medios escritos</i>	Tres medios diferentes	\$9.000,00	_____
<i>Banners</i>	5 unidades	\$150,00	_____
<i>Mimo</i>	2 Mimos	\$360,00	_____
<i>Ferias temáticas</i>	Gastos varios	\$3000,00	_____
<i>Plataforma para Smartphones</i>	Página web.	_____	\$300,00
<i>Publicidad en el extranjero.</i>	_____	\$24.000,00	_____
<i>Sub-total</i>		\$43.010,00	\$12.670,00
TOTAL		\$55.680,00	

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Como se puede observar existen \$55.680,00 que se deben invertir en la etapa pre-operacional para realizar la campaña de marketing y a partir del primer año de funcionamiento del hotel este valor desciende a \$43.010,00 debido a que ya no se debe volver a invertir en el diseño de la página web y redes sociales, google adwords, coctel de inauguración, diseño de logotipo y tampoco en la plataforma para smartphones, pero si se deberá invertir en los gastos fijos de la campaña de marketing para mantener siempre una buena imagen anualmente, estos valores se pueden ver afectados por factores de precios a futuro como la inflación y otros, por lo que se considera que podría incrementar en un 4% anualmente como se lo determinó en los estados financieros, dicho porcentaje de incremento se podrá visualizar en la tabla de proyecciones financieras de este trabajo de titulación en el capítulo 7.

5.3.7 Análisis de Rentabilidad del Offering

El análisis de rentabilidad del hotel de acuerdo al offering es el que se detalla a continuación en la siguiente tabla, donde se puede observar una proyección de ventas y gastos operacionales del primer año y la rentabilidad que genera cada una de las habitaciones en cuanto al 100% del porcentaje total, cabe recalcar que dicha proyección fue realizada en base a una capacidad utilizada estimada del hotel del 60% de su totalidad con los precios establecidos anteriormente en este capítulo.

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

Ilustración 30 Análisis de Rentabilidad

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD							
HABITACIONES	Sencillas	Matrimonial	Doble	Familiar	Suites	Suites presidenciales	TOTAL
INGRESOS	\$ 240.900,00	\$ 459.900,00	\$ 254.040,00	\$ 203.670,00	\$ 111.690,00	\$ 98.550,00	\$ 1.368.750,00
Representación de ingresos en porcentajes	18%	34%	19%	15%	8%	7%	100%
Cantidades	11	15	8	6	3	2	45
Precios	\$ 100,00	\$ 140,00	\$ 145,00	\$ 155,00	\$ 170,00	\$ 225,00	
Capacidad al maximo	\$ 401.500,00	\$ 766.500,00	\$ 423.400,00	\$ 339.450,00	\$ 186.150,00	\$ 164.250,00	\$ 2.281.250,00
Capacidad estimada al primer año 60%	\$ 240.900,00	\$ 459.900,00	\$ 254.040,00	\$ 203.670,00	\$ 111.690,00	\$ 98.550,00	\$ 1.368.750,00
(-)Gastos de marketing	-\$ 7.569,76	-\$ 14.451,36	-\$ 7.982,66	-\$ 6.399,89	-\$ 3.509,62	-\$ 3.096,72	-\$ 43.010,00
(-)Sueldos y Salarios	-\$ 32.212,22	-\$ 61.496,06	-\$ 33.969,25	-\$ 27.233,97	-\$ 14.934,76	-\$ 13.177,73	-\$ 183.024,00
(-)Décimo tercer Sueldo	-\$ 2.684,35	-\$ 5.124,67	-\$ 2.830,77	-\$ 2.269,50	-\$ 1.244,56	-\$ 1.098,14	-\$ 15.252,00
(-)Décimo Cuarto Sueldo	-\$ 1.063,39	-\$ 2.030,11	-\$ 1.121,40	-\$ 899,05	-\$ 493,03	-\$ 435,02	-\$ 6.042,00
(-)Aportación al IESS	-\$ 3.591,66	-\$ 6.856,81	-\$ 3.787,57	-\$ 3.036,59	-\$ 1.665,23	-\$ 1.469,32	-\$ 20.407,18
(-)Fondos de Reserva	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(-)Vacaciones	-\$ 1.342,18	-\$ 2.562,34	-\$ 1.415,39	-\$ 1.134,75	-\$ 622,28	-\$ 549,07	-\$ 7.626,00
TOTAL DE GASTOS	-\$ 48.463,57	-\$ 92.521,36	-\$ 51.107,03	-\$ 40.973,74	-\$ 22.469,47	-\$ 19.826,00	-\$ 275.361,18
UTILIDAD	\$ 192.436,43	\$ 367.378,64	\$ 202.932,97	\$ 162.696,26	\$ 89.220,53	\$ 78.724,00	\$ 1.093.388,82

Elaborado por: El autor

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 6

6 PLAN OPERATIVO

6.1 Producción

6.1.1 Proceso Productivo

El hotel boutique basará sus procesos en diferentes áreas como:

Presentación del Huésped al Hotel.-

Habrán personas que ingresen al hotel en búsqueda de alojamiento o información acerca de todos los servicios que brinda Residenza Boutique Hotel.

Hay habitaciones disponibles.-

La persona que se presente en el hotel por información deberá acercarse a recepción y averiguar si hay habitaciones disponibles o no, en caso de que existan habitaciones disponibles la persona encargada de recepción deberá mostrar que tipo de habitaciones hay habilitadas y comentarle sobre los paquetes de estadia y de turismo que ofrece el hotel dentro de la ciudad de Guayaquil al cliente para que éste elija el más conveniente para él, caso contrario de no haber habitaciones disponibles la persona encargada de recepción deberá informar al cliente que días hay disponibilidad de habitaciones y recomendar como puede reservar a través de la página web del hotel para una siguiente ocasión.

Registro del huésped.-

Si hay habitaciones disponibles, la persona encargada de recepción deberá ingresar los datos del nuevo huésped al sistema del hotel con información personal del cliente y deberá preguntar al cliente la forma de pago que va a utilizar y luego proceder con el cobro del pago.

Asignación de habitación y registro de huella dactilar.-

Una vez cancelado el valor de la habitación por el cliente, la persona encargada de recepción inmediatamente deberá validar la huella digital del

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

huésped en el sistema del hotel y luego asignarle una habitación para que éste pueda ingresar a su habitación inmediatamente simplemente ubicando su huella dactilar a la entrada de la habitación y el sistema verificará automáticamente que dicha persona tiene acceso a esa habitación asignada.

Estancia del huésped.-

El cliente podrá elegir hospedarse en el hotel las noches que él crea necesario siempre y cuando informe en recepción al momento de registrarse.

El huésped quiere hospedarse más días.-

Si el huésped luego de haber terminado su estancia en el hotel que informó en recepción al momento de registrarse decidiera hospedarse por más tiempo, éste deberá informar a recepción por medio de la tablet ubicada en su habitación sobre cuantos días más desea hospedarse en el hotel y éste recibirá inmediatamente en su habitación la orden de pago por los días adicionales y deberá acercarse a recepción para efectuar el pago.

Desocupación de la habitación.-

El día en que finalice el periodo de estancia de un huésped en el hotel, éste deberá ser notificado por la tablet ubicada en la habitación que su tiempo ha finalizado y que en el lapso de 2 horas deberá desocupar la habitación y hacer el respectivo chequeo de salida en recepción.

Registro de Salida del Huésped.-

El cliente cuando se acerque a recepción deberá cancelar cualquier valor adicional de algún servicio o producto del restaurante que haya recibido durante su estancia en el hotel en caso de no haber sido cancelado y la persona encargada en recepción deberá poner la habitación en modo “desocupada” en el sistema y ésta se habilitará una hora después automáticamente luego de que se efectúe el respectivo proceso de limpieza de la habitación para poder ser habitada nuevamente por otro cliente.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.1.2 Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos

El hotel tiene considerado en obra civil la construcción del edificio como tal y todas las instalaciones del mismo, además en el periodo pre-operacional deberá implementar una gran variedad de activos fijos para el día de la apertura, entre las actividades más destacadas a realizar en dicho periodo pre-operacional están: ubicación de los equipos, muebles y materiales de oficina, decoraciones y acabados del hotel, instalación de centrales de aire acondicionado, entre otras cosas que se detallan a continuación en la siguiente tabla.

Tabla 34 Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO	Cantidad Requerida
Lavadora industrial	1
Secadora industrial	1
Microondas	2
Pelador de papas	1
Licuada Multiusos	2
Exprimidor industrial	1
Lavadora de Platos	1
Batidora	1
Aires acondicionados Split de 24000 btu	34
Aires acondicionados split de 32000 btu	13
Cámara de frío	1
Refrigerador pequeño para habitaciones	45
Cafeteras eléctricas	2
Extractor de olores para cocina	2
Transformador eléctrico	1
Motor para puerta de garaje	1
Generador de energía	2
Vaporizador de ozono	1
Alta frecuencia	1
Camilla	2

Elaborado por: El autor

Tabla 35 Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES	Cantidad Requerida
Colchones de 2 plazas	53
Colchones de 2 plazas ½	17
Colchones de 3 plazas	2
Cama de madera de 2 plazas	53
Cama de madera de 2 plazas 1/2	17
Cama de madera de 3 plazas	2
Veladores de madera	45
Almohadas	90
Televisores LED HD de 32 pulgadas	34
Televisores LED HD de 40 pulgadas	9
Smart Tv 50 pulgadas 3D	2
Lámparas de noche	45
Juegos de sábanas de 2 plazas	106
Juegos de sábanas de 2 plazas 1/2	34
Juegos de sábanas de 3 plazas	4
Protector de colchones de 2 plazas	53
Protector de colchones de 2 plazas 1/2	17
Protector de colchones de 3 plazas	2
Edredones de colchones de 2 plazas	53
Edredones de colchones de 2 plazas ½	17

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

MUEBLES Y ENSERES	Cantidad Requerida
Edredones de colchones de 3 plazas	2
Dispensador de toallas	50
Toallas de baño	90
Toallas de tocador	90
Alfombra de baño	45
Carros de camarera	3
Mesas de restaurante	15
Manteles para restaurante	30
Cubre manteles	30
Servilletas de tela	120
Copas para vino	120
Copa de agua	120
Copas de Champagne	120
Vasos	150
Plato sobero	120
Plato principal	120
Platos para postre	120
Platos para pan	60
Platos para tasas	60
tasas para café	60
Ceniceros	30
Escritorios de oficina	5
Sillas para escritorio	5
Archivadores	3
Mesa de billar	2

MUEBLES Y ENSERES	Cantidad Requerida
Juegos de cubiertos	120
Repisas para platos y vasos	5
Ollas de aluminio con tapa de aluminio	8
Cacerolas con tapa	5
Sartenes de teflón	8
Cucharetas	8
Cernidoras	5
Exprimidores de limón	4
Juego de cuchillos para cocina	3
Cucharones	8
Espátulas	5
Ralladores	4
Ablandadores de carnes	3
Juego de cucharas para medir	2
Tablas para picar	6
Bandejas	6
Jarras para jugo	20
Jarras cafeteras	10
Hieleras	20
Saleros	60
Escobas	20
Trapeadores	20
Escurridores de agua	10
Cepillos	10
Limpia vidrios	20

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 36 Equipos de Cómputo

EQUIPOS DE CÓMPUTO	Cantidad Requerida
Computadoras de escritorio	5
Laptops	3
Tablets	50
Reconocedores de Huellas dactilares	50
Fotocopiadora	1
Escaner	1
Impresoras	3
Central telefónica	1
Teléfonos	55
Reloj de asistencia con huella dactilar	1

Elaborado por: El autor

Tabla 37 Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA	Cantidad Requerida
Carpetas membretadas	100
Resmas de hojas	50
Carpetas archivadoras	20
Grapadoras	4
Perforadoras	4
Cajas de clips	10
Caja de grapas	10
Binchas para carpetas	2

Elaborado por: El autor

6.1.3 Mano de Obra

La mano de obra del hotel está basada en el capital humano de todos los trabajadores y directivos del hotel que se detallan a continuación en la siguiente tabla.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 38 Cargos de trabajadores del hotel

CARGOS	CANTIDAD DE TRABAJADORES
PRESIDENTE	1
GERENTE GENERAL	1
JEFE DE ALOJAMIENTO	1
RECEPCIONISTAS	2
BOTONES	2
CAMARERAS	5
JEFE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	1
CHEF	2
MAITRE	2
MESERO	3
AUXILIAR DE COCINA	1
GERENTE DE MARKETING	1
GERENTE DE MERCADEO ELECTRÓNICO	1
RELACIONISTA PÚBLICO	1
GERENTE DE FINANZAS	1
GERENTE DE GESTIÓN HUMANA	1
CONTADOR	1
JEFE DE MANTENIMIENTO	1
CONSERJE	3
TOTAL DE TRABAJADORES	31

Elaborado por: El autor

6.1.4 Capacidad Instalada

La capacidad instalada del hotel es de 45 habitaciones de diferentes tipos por día, entre las cuales el hotel tiene separadas las instalaciones por diferentes categorías como:

Tabla 39 Capacidad Instalada

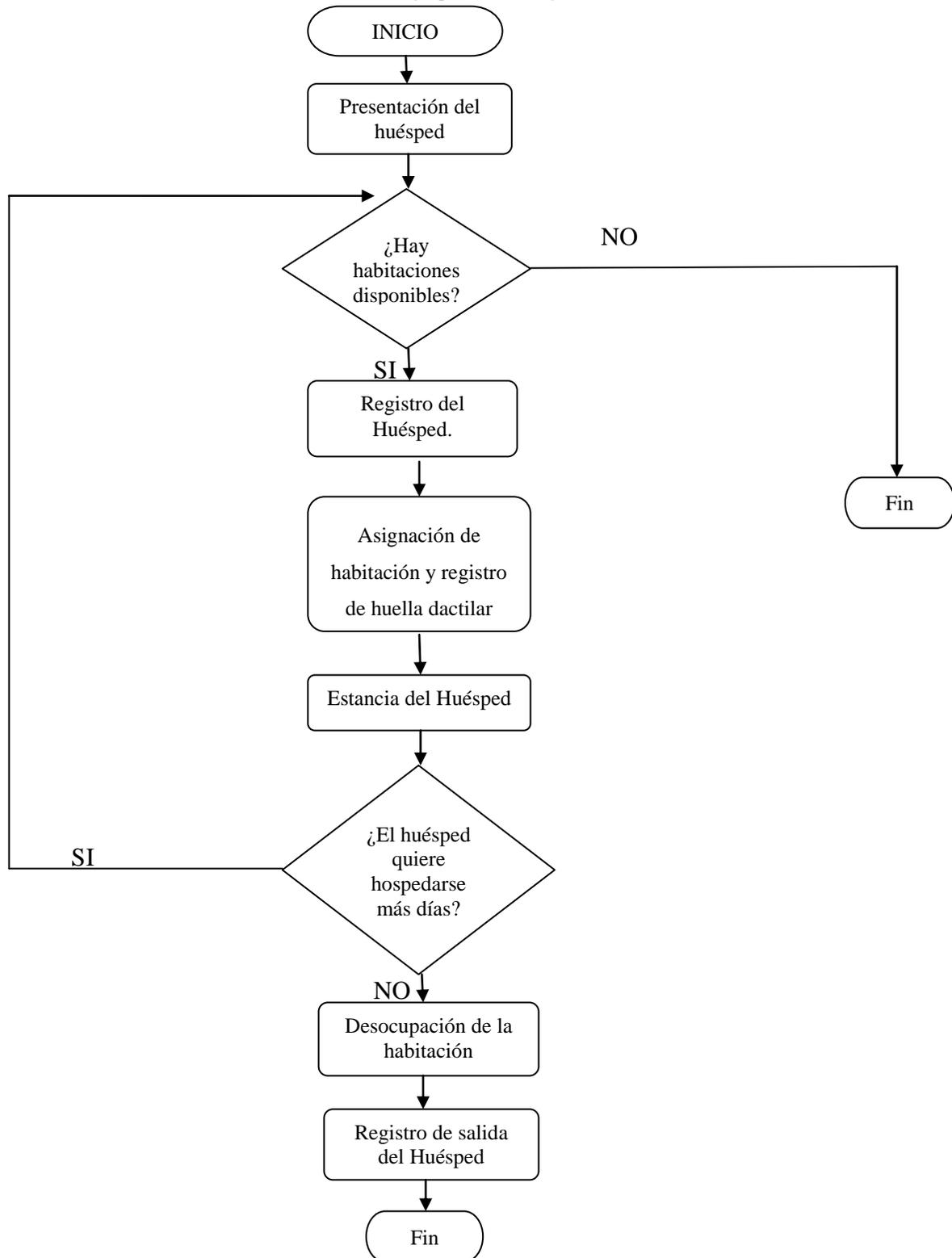
CAPACIDAD INSTALADA POR HABITACIONES			
TIPO DE HABITACIONES	Cantidades	Días	Total
Sencilla	11	365	4015
Matrimonial	15	365	5475
Doble	8	365	2920
Familiar	6	365	2190
Suites	3	365	1095
Suites presidenciales	2	365	730
TOTAL DE HABITACIONES DISPONIBLES ANUALMENTE			16425

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.1.5 Flujogramas de Procesos

Tabla 40 flujograma de procesos



“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Elaborado por: El autor

6.1.6 Presupuesto

A continuación se presenta el presupuesto para el primer año de labores del hotel donde se muestra los sueldos por cada cargo, los sueldos anuales y los beneficios sociales del primer año, además se elaboró una tabla de los muebles y equipos del hotel con los valores totales de cada rubro.

Tabla 41 Sueldos y beneficios sociales anuales

CARGOS	CANTIDAD DE TRABAJADORES	SUELDO POR CARGO	SUELDOS MENSUALES	SUELDOS ANUALES	BENEFICIOS SOCIALES AÑO 1	SUELDO MÁS BENEFICIOS SOCIALES AÑO 1
PRESIDENTE	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00	\$ 3.825,00	\$ 21.825,00
GERENTE GENERAL	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 2.656,00	\$ 14.656,00
JEFE DE ALOJAMIENTO	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 1.954,60	\$ 10.354,60
RECEPCIONISTAS	2	\$ 450,00	\$ 900,00	\$ 10.800,00	\$ 2.422,20	\$ 13.222,20
BOTONES	2	\$ 318,00	\$ 636,00	\$ 7.632,00	\$ 1.804,97	\$ 9.436,97
CAMARERAS	5	\$ 318,00	\$ 1.590,00	\$ 19.080,00	\$ 4.035,42	\$ 23.115,42
JEFE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 1.954,60	\$ 10.354,60
CHEF	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 2.656,00	\$ 14.656,00
MAITRE	2	\$ 450,00	\$ 900,00	\$ 10.800,00	\$ 2.422,20	\$ 13.222,20
MESERO	3	\$ 318,00	\$ 954,00	\$ 11.448,00	\$ 2.548,45	\$ 13.996,45
AUXILIAR DE COCINA	1	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 3.816,00	\$ 1.061,48	\$ 4.877,48
GERENTE DE MARKETING	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 1.954,60	\$ 10.354,60
GERENTE DE MERCADEO ELECTRONICO	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 1.487,00	\$ 7.487,00
RELACIONISTA PUBLICO	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 1.487,00	\$ 7.487,00
GERENTE DE FINANZAS	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 1.954,60	\$ 10.354,60
GERENTE DE GESTIÓN HUMANA	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 1.487,00	\$ 7.487,00
CONTADOR	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 1.720,80	\$ 8.920,80
JEFE DE MANTENIMIENTO	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 1.720,80	\$ 8.920,80
CONSERJE	3	\$ 318,00	\$ 954,00	\$ 11.448,00	\$ 2.548,45	\$ 13.996,45
TOTAL	31	\$ 10.990,00	\$ 15.252,00	\$ 183.024,00	\$ 41.701,18	\$ 224.725,18

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 42 Costos de muebles y equipos

MUEBLES Y EQUIPOS DEL HOTEL		
DESCRIPCIÓN	COSTO	VALOR TOTAL
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 164.615,99	\$ 164.615,99
MUEBLES Y ENSERES	\$ 127.004,43	\$ 127.004,43
EQUIPOS DE CÓMPUTO	\$ 28.532,64	\$ 28.532,64
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 304,96	\$ 304,96
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS		\$ 320.458,02

Elaborado por: El autor

6.2 Gestión de Calidad

6.2.1 Procesos de planeación de calidad

Para los procesos de planeación de calidad se realizarán seguimientos continuos en todos los sectores del hotel, empezando desde la atención de la persona encargada en recepción hasta los gerentes del hotel.

Para verificar y hacer una buena determinación de qué tan buena o no es la calidad del servicio que ofrece Residenza Boutique Hotel al momento de que cada huésped abandone el hotel la persona encargada de recepción deberá hacer contestar unas breves preguntas siempre y cuando el huésped así lo autorice.

De esta manera se podrá medir la calidad del servicio ofrecido para luego fortalecer aquellos puntos en los que se esté fallando y en los cuales la calificación sea más baja de acuerdo a las encuestas, para mejorar y tomar medidas para que la calidad del servicio mejore en todos los aspectos.

6.2.2 Beneficios de las acciones proactivas

Controlando el desempeño de cada empleado en el hotel se realizarán evaluaciones periódicas del desarrollo de las actividades de cada uno de los empleados con la finalidad de convertir ese desempeño en el más óptimo para el beneficio de los clientes y del hotel, generando un ambiente de

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

trabajo agradable para todos, donde el huésped recibirá un servicio de calidad y será el más beneficiado.

Además todos los trabajadores deberán asistir obligatoriamente a todos los seminarios que los directivos del hotel consideren importantes para mejorar continuamente el servicio de atención al cliente así como también la calidad y calidez del hotel.

6.2.3 Políticas de calidad

Todos los trabajadores deben cumplir con los siguientes puntos para asegurar un servicio de calidad.

- Saludar y dar la bienvenida al hotel a cada persona que ingrese al hotel en inglés o en español dependiendo del caso, sea o no sea cliente, y de la misma forma despedirse respetuosamente al momento que alguien salga de las instalaciones del hotel.
- Tratar siempre con respeto a todas las personas del hotel y extrañas al hotel.
- Ser amable en todo momento.
- Nunca discutir con un cliente.
- Cumplir a cabalidad las funciones asignadas por puesto de trabajo.
- Preguntar siempre al cliente si se le ofrece algo más, después de recibir un servicio.

6.2.4 Benchmarking

Residenza Boutique Hotel basará su estrategia de calidad tomando como referencia a uno de sus principales competidores “Hotel Boutique Mansión del Río” quienes brindan una hospitalidad agradable a sus huéspedes haciéndolos sentir como en casa, Residenza Boutique Hotel además de hacer sentir a sus clientes bien atendidos con toda las comodidades posibles brindará un servicio personalizado para cada cliente,

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

satisfaciendo cada necesidad que estos tengan durante su estancia en el hotel, por lo que se capacitará constantemente a los trabajadores del hotel para de esta manera brindar el mejor servicio al cliente de hoteles boutique en la ciudad de Guayaquil.

6.2.5 Proceso de aseguramiento de la calidad

Para asegurar la calidad que se brinda en Residenza Boutique Hotel el Gerente de gestión humana deberá encargarse de recopilar la información de las encuestas realizadas por las personas de recepción para luego tabularlas y mostrar los resultados obtenidos al Gerente general o Administrador, dependiendo de los resultados se incrementarán las horas de capacitación de los trabajadores o se realizará un reconocimiento para todos en una reunión de felicitación por sus labores desempeñadas hasta el momento, motivando de esta manera a que se sigan rigiendo a las normas de calidad del hotel y a las de sus puestos de trabajo.

6.2.6 Estándares de la calidad

Los estándares de calidad o requisitos mínimos que deben cumplir los trabajadores para poder mantener un servicio al cliente de calidad son los que se mencionaron en las políticas de calidad y que deben grabárselos en la memoria y ponerlos en práctica todos los días de labores para el bienestar de todos quienes conforman Residenza Boutique Hotel.

6.2.7 Procesos de control de calidad

Una finalidad que tiene el Hotel es hacer que todos sus trabajadores cumplan con sus obligaciones a cabalidad para brindar una buena atención al cliente y de alta calidad para que así los huéspedes reconozcan la diferenciación de Residenza Boutique Hotel en el servicio personalizado con

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

el resto de hoteles boutique de la ciudad. Cada trabajador en conjunto con las personas de cada departamento deberán trazarse metas u objetivos y cumplirlos en un tiempo determinado con la mentalidad de superación.

6.2.8 Certificaciones y Licencias

Las certificaciones y licencias acreditan a las empresas mediante documentos de que cumplen con estándares de calidad y responsabilidad medioambiental, entre otras cosas, por lo cual el hotel no contará con certificaciones ISO9001 ni licencias de calidad durante los primeros 10 años, sin embargo, hará regir las leyes de calidad de la compañía y buscará siempre la mejora continua en cuanto al servicio de calidad que se desea brindar al cliente, realizando evaluaciones internas en conjunto con monitoreo y auditorías de los directivos del hotel.

6.2.9 Presupuesto

Tabla 43 Presupuesto de gestión de calidad

	PRECIO POR PERSONA	NÚMERO DE TRABAJADORES	TOTAL
Seminarios y Capacitaciones de Servicio al cliente.	\$45,00	31	\$1395,00

Elaborado por: El autor

6.3 Gestión Ambiental

Procesos de planeación ambiental

Residencia Boutique Hotel es consciente que hoy en día las empresas deben ser socialmente responsables con el medio ambiente motivo por el

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

cual ha trazado las siguientes políticas internas para reducir el impacto ambiental.

Reciclar.- Todas aquellas botellas plásticas de las bebidas que se venden en el hotel y que sean depositadas en los tachos de basura clasificados por tipo de materiales serán recicladas, Así mismo se reciclarán materiales de cartón papel y vidrio.

Re-utilizar.- Serán reutilizados aquellos documentos que hayan sido impresos de un solo lado de la hoja y que vayan a ser desechados, el nuevo uso que se les dará será para realizar borradores, imprimir algo de no mucha importancia, tomar pequeñas notas, entre otros usos en la parte en blanco para no gastar más papel.

Reducir.- Será siempre indispensable tratar de reducir materiales que contaminen el medio ambiente como (platos, cucharas y vasos desechables, papel, plástico, etc.) por lo que se evitará en lo posible utilizar este tipo de materiales.

Se reducirán también los gastos o desperdicios de luz y agua haciendo chequeos continuos a las instalaciones del hotel en caso de que exista alguna fuga de agua o si existieran instalaciones con las luces encendidas sin necesidad. En caso de ser así se multará al responsable por no haber reportado a su superior de esos descuidos.

6.3.1 Beneficios de las acciones proactivas

Al realizar todas estas acciones que permitan reducir el impacto ambiental se beneficiará económicamente al hotel al reducir el gasto de agua y luz, que a un periodo largo podría ser considerable el ahorro, además el hotel es socialmente responsable con el medio ambiente.

Los trabajadores también deberán formar parte de la responsabilidad ambiental del hotel y gozar de los beneficios de reciclar y reutilizar materiales,

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

impartiendo una imagen de responsabilidad a los huéspedes para que ellos en sus hogares hagan lo mismo. Así mismo deberán participar de las campañas ambientales que se realizarán anualmente.

6.3.2 Políticas de protección ambiental

Será establecido en el reglamento interno de la compañía las políticas de protección ambiental en base a las responsabilidades medioambientales anteriormente mencionadas con la finalidad de que todos los trabajadores cumplan con éste, caso contrario será considerado como una falta al reglamento interno de la compañía.

6.3.3 Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental

Para poder medir que se estén efectuando los procesos medio ambientales el departamento financiero deberá reportar trimestralmente variaciones en los gastos de servicios básicos y utensilios de oficina (ahorro) favorables para el hotel para evaluar si se cumple o no con lo establecido anteriormente, además se receptorán sugerencias de los trabajadores para implementar nuevas estrategias de responsabilidad ambiental. Además los trabajadores del hotel asistirán constantemente a seminarios y charlas sobre los cuidados medioambientales para que sean parte del proceso y motiven a más personas a ser conscientes sobre el cuidado ambiental, estos seminarios serán pagados por el hotel, ya que será una forma de motivar a los trabajadores y de capacitarlos.

6.3.4 Estándares de la calidad ambiental

El hotel no contará con estándares de calidad ambiental ya que no se especializa en ser un hotel ecológico, sin embargo tendrá responsabilidad ambiental y realizará campañas ambientales debido a la conciencia y realidad global como se mencionó anteriormente y basará su aseguramiento de calidad con las políticas internas de la compañía.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.3.5 Procesos de control de calidad

El proceso de control de calidad ambiental será mediante las evaluaciones elaboradas por el departamento de gestión humana donde realizará seguimiento a cada trabajador de que cumplan con el reciclaje, ahorro de los recursos y demás obligaciones estipuladas en el reglamento interno de la compañía.

6.3.6 Trazabilidad

La trazabilidad de Residenza Boutique Hotel será controlada por el departamento de Gestión humana quien deberá enviar reportes mensualmente a los directivos del hotel de que se están cumpliendo a cabalidad las responsabilidades de los trabajadores y los procesos del hotel correctamente para garantizar una buena calidad de servicio, de no cumplirse con lo esperado por los directivos, éstos deberán tomar decisiones inmediatas para solucionar problemas y evitar que se susciten nuevos inconvenientes a futuro. Además el Gerente General verificará que se cumplan todos los procesos del hotel realizando evaluaciones periódicas.

6.3.7 Logística Verde

Los medios que se utilizarán como logística verde dentro del hotel será el uso de tachos de basura con clasificación de materiales, ya sean de papel y periódico, vidrio, plástico, etc. Además se utilizarán medios electrónicos para ahorrar el uso de papel dentro de los procedimientos internos, es decir, entre departamentos se podrán comunicar por medio de correos electrónicos, además las notificaciones, memorándum, cartas y demás serán enviadas por el mismo medio electrónico a los trabajadores.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.3.8 Certificaciones y Licencias

Residenza Boutique Hotel no contará con certificaciones y licencias en los primeros 10 años, sin embargo luego de este periodo aplicará para la certificación ISO14000 que regula a las empresas a ser socialmente responsable con el medio ambiente.

6.3.9 Presupuesto

A continuación se detalla el presupuesto que ha considerado Residenza Boutique Hotel para la campaña de responsabilidad ambiental en el siguiente cuadro, además se detallan los seminarios en los cuales deberán participar todos los trabajadores del hotel y se detalla la compra de tachos de basura para la campaña de reciclaje en la cual se almacenarán los desperdicios clasificándolos por tipo de material.

Tabla 44 Presupuesto de gestión ambiental

	<i>VALOR UNITARIO</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>TOTAL</i>
<i>Seminarios y capacitaciones sobre el medio ambiente.</i>	\$45,00	31	\$1395,00
<i>Compra de Tachos de basura para clasificar materiales.</i>	\$12,00	9	\$ 108,00
<i>TOTAL</i>	_____	_____	\$1503,00

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.4 Gestión de Responsabilidad Social

6.4.1 Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social

Residencia Boutique Hotel basará su responsabilidad social en diferentes áreas como responsabilidad legal, responsabilidad laboral y responsabilidad económica de la siguiente manera:

Responsabilidad legal.- El hotel cumplirá con todas las obligaciones que exige la ley como: Pago de impuestos, pago de beneficios sociales a los trabajadores, legalización de contratos, pago de permisos de funcionamiento y tasas municipales, pagos puntuales a proveedores y pagos puntuales del aporte patronal al IESS.

Responsabilidad laboral.-El hotel cumplirá con los pagos puntuales de los sueldos de los trabajadores, además los trabajadores recibirán los pagos de beneficios de ley y contarán con una opción de pedir préstamo a la compañía.

Responsabilidad económica.- La responsabilidad económica del hotel está relacionada a la rentabilidad que éste genera para brindar un servicio de calidad a los clientes y además pagar utilidades a los directivos y a sus trabajadores.

Beneficios de las acciones proactivas

Los beneficios de las acciones proactivas que se realicen en el hotel tendrán influencia en varias áreas como:

Responsabilidad legal:

- Evitar posibles demandas.
- El hotel no tendrá problemas con el gobierno.
- Mejor cumplimiento de las funciones de los trabajadores.
- Trabajadores satisfechos.
- Evitar sanciones legales.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Evitar problemas con terceras personas.

Responsabilidad laboral:

- Colaboradores motivados.
- Mejor desempeño de los empleados
- Evitar demandas por parte de los empleados.
- Mejor atención al cliente.
- Clientes satisfechos

Responsabilidad económica:

- Utilidades para los trabajadores.
- Liquidez financiera.
- Utilidades para nuevas inversiones.
- Utilidades para los accionistas.

6.4.2 Políticas de protección social

De acuerdo a las responsabilidades establecidas por Residencia Boutique Hotel se tomarán en cuenta las siguientes políticas de protección social.

Responsabilidad legal:

- Asesoramiento continuo y capacitación para conocer las leyes y actualizaciones de leyes que afecten los procesos legales del hotel.

Responsabilidad laboral:

- La compañía protegerá a sus trabajadores de problemas personales o de salud en todo momento, ya que ellos son la mano de obra esencial para el buen funcionamiento del hotel, además en caso de que los empleados deseen un préstamo por cuestiones de salud o para cualquier otro

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

concepto, el hotel brindará la facultad de que los trabajadores soliciten un préstamo a un periodo no mayor a 2 años firmando un acuerdo de estabilidad laboral durante el periodo del crédito, siempre y cuando el trabajador cumpla con al menos un año y medio laborando para Residenza Boutique Hotel.

Responsabilidad económica:

- Buen manejo de los fondos del hotel para nuevas inversiones de mejoramiento.
- Control y monitoreo constante de parte de los directivos del hotel para el buen desarrollo de los planes financieros.

6.4.3 Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa

Residenza Boutique Hotel designará una comisión interna para que se encargue del monitoreo y seguimiento de todos los procesos de responsabilidad social en los tres ámbitos: legal, laboral y económico. Además cada dos años se gestionará una auditoria de los procesos de responsabilidad social a través de consultoras externas.

6.4.4 Estándares de Responsabilidad Social Aplicables a Corto, Mediano y Largo Plazo

Residenza Boutique Hotel establecerá los estándares de responsabilidad social para sus tres áreas en conjunto (legal, laboral y económico) de la siguiente manera:

Corto Plazo: Se creará un fondo de inversión socialmente responsable para realizar mejoras en el hotel utilizando ese dinero para comprar nuevos equipos que agilicen el desempeño de los trabajadores y a la vez para que obtengan nuevas capacitaciones dependiendo de las áreas de cada

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

departamento, buscando siempre el mejoramiento de la calidad del servicio que ofrece el hotel.

Mediano: Se contratará el servicio de personas internacionales que sean expertas en hoteles boutique y en los estándares de calidad y de responsabilidad social a nivel mundial, para asesorar a los directivos y trabajadores del hotel y estos puedan estar preparados para una certificación a futuro.

Largo: Se seguirá el proceso luego de los primeros diez (10) años de funcionamiento del hotel para la obtención de la certificación ISO26000 que garantice internacionalmente que Residenza Boutique Hotel es socialmente responsable.

6.4.5 Procesos de controles sociales

Todos los trabajadores deberán cumplir y hacer cumplir los estatutos establecidos en el reglamento interno de la compañía, donde se encuentran estipulados los procesos de controles sociales y demás procesos del hotel, caso contrario, aquellos empleados que hagan caso omiso a los estatutos del reglamento del hotel serán sancionados bajo las sanciones estipuladas en el mismo reglamento interno.

6.4.6 Certificaciones y Licencias

La compañía aplicara para la certificación ISO26000 que corresponde a la responsabilidad social a partir del décimo periodo de funcionamiento como se mencionó anteriormente.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.4.7 Presupuesto

Tabla 45 Presupuesto de responsabilidad social

	<i>Valor unitario</i>	<i>Número de trabajadores</i>	<i>Total</i>
<i>Capacitaciones</i>	\$28,50	31	\$775,00
<i>Total</i>	\$28,50	31	\$775,50

Elaborado por: El autor

6.5 Balanced Scorecard & Mapa Estratégico

Tabla 46: Balance Scorecard

Visión: • Expandir a Residenza Boutique Hotel como la cadena de hoteles

boutique más grande de Ecuador, posicionándose en la mente de los turistas

como la primera opción al buscar hospitalidad.

Factores	Objetivos	Indicador	Meta	Acciones
Financieros	-Incrementar los ingresos anualmente.	-Porcentaje anual de crecimiento de las ventas.	5%	-Implementar una buena campaña de marketing.
	-Invertir anualmente para el mejoramiento continuo.	-Porcentaje de resultados de control a los trabajadores.	20%	-Controlar arduamente el desempeño de los trabajadores.
	-Mantener un buen porcentaje flujo de efectivo anualmente.	-Porcentaje de incremento del flujo de efectivo.	6%	-Manejar un buen control de los estados financieros.
	- Ser una empresa rentable.	-Porcentaje de incremento de Rentabilidad anual.	5%	
Propuesta de valor a los Clientes	-Brindar un servicio de calidad y calidez.	-Porcentaje anual de incremento de clientes.	5%	-Motivar a los trabajadores.
	-Fidelizar a los clientes en un mediano plazo.	-Resultados de los reportes de clientes.	100%	-Controlar y preocuparse por la satisfacer a los clientes.
	-Crear un programa de recompensas para clientes.	-Porcentajes de descuentos realizados		-Implementar estrategias de fidelización.
	-Aumentar la capacidad			

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

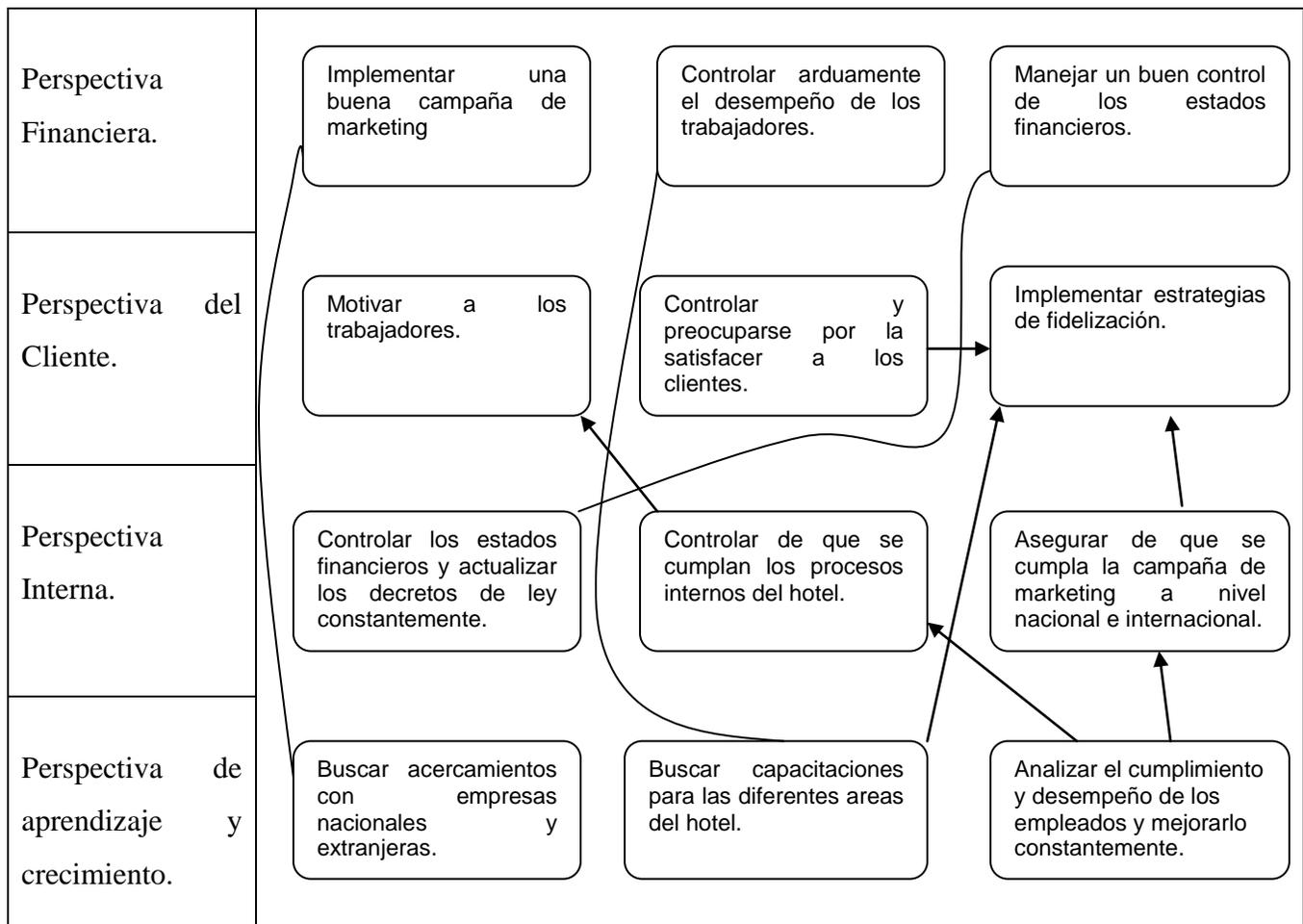
	utilizada del hotel anualmente en un 5%				
Procesos Internos clave	-Reducir los gastos generales anualmente.	- Porcentaje de incremento o reducción de	7%		-Controlar los estados financieros y actualizar los decretos de ley constantemente.
	-Aplicar los reglamentos y procesos internos del hotel correctamente.	Resultados de porcentajes de satisfacción de clientes	100%		-Controlar de que se cumplan los procesos internos del hotel.
	-Obtener posicionamiento de mercado a mediano plazo.	-Análisis de mercado anual	100%		-Asegurar de que se cumpla la campaña de marketing a nivel nacional e internacional.
	-Obtener reconocimiento de marca.	-Porcentaje de reconocimiento de la marca en el público objetivo.			
Aprendizaje y Crecimiento	-Adquirir consultoría de empresas nacionales y extranjeras.	-Número de capacitaciones específicas realizadas anualmente.			-Buscar acercamientos con empresas nacionales y extranjeras.
	-Capacitar a los trabajadores con seminarios de marketing, E-commerce, atención al cliente, responsabilidad social y ambiental.	-Porcentaje de cumplimiento de los indicadores por parte de los empleados.	80%		-Buscar capacitaciones para las diferentes áreas del hotel.
	-Evaluar los procesos internos y la eficiencia de los trabajadores.	-Resultado de las evaluaciones			-Analizar el cumplimiento y desempeño de los empleados y mejorarla constantemente.

Elaborado por: El autor

Tabla 47 Mapa estratégico

Visión: • Expandir a Residencia Boutique Hotel como la cadena de hoteles boutique más grande de Ecuador, posicionándose en la mente de los turistas como la primera opción al buscar hospitalidad.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Elaborado por: El autor

6.6 Otros temas relacionados al plan operativo.

Residenza Boutique Hotel no establecerá otros puntos a considerar en el plan operativo puesto que el desarrollo de este plan ha abarcado los principales temas a considerar para el desarrollo de las actividades operacionales del hotel y la elaboración de este trabajo de titulación.

CAPÍTULO 7

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

CAPÍTULO 7

7 ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

7.1 Inversión Inicial

Residencia Boutique Hotel estableció su monto de inversión inicial tomando en cuenta todos los activos y recursos que se requieren para iniciar sus actividades. El monto de la inversión asciende a \$3´446.882,02 USD para la adquisición de los activos que se detallan a continuación en la siguiente tabla.

Tabla 48 Inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VALOR TOTAL
ACTIVO CORRIENTE				
<u>CAPITAL DE TRABAJO</u>				\$ 33.864,00
Sueldos y salarios	2	\$ 15.252,00	\$ 30.504,00	
Servicios básicos	1	\$ 2.360,00	\$ 2.360,00	
Seguros	2	\$ 468,13	\$ 936,26	
Varios	2	31,87	\$ 63,74	
TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTE				\$ 33.864,00
ACTIVO FIJO				
<u>Vehículo</u>	2	\$ 39.990,00	\$ 79.980,00	\$ 79.980,00
<u>Terreno</u>	1	\$ 225.000,00	\$ 225.000,00	\$ 225.000,00
<u>Edificio</u>	1	\$ 2.730.000,00	\$ 2.730.000,00	\$ 2.730.000,00
<u>MAQUINARIA Y EQUIPO</u>				\$ 164.615,99
Lavadora industrial	1	\$ 8.800,00	\$ 8.800,00	
Secadora industrial	1	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00	
Microondas	2	\$ 350,00	\$ 700,00	
Pelador de papas	1	\$ 499,00	\$ 499,00	
Licuada Multiusos	2	\$ 90,00	\$ 180,00	
Exprimidor industrial	1	\$ 219,99	\$ 219,99	
Lavadora de Platos	1	\$ 350,00	\$ 350,00	
Batidora	1	\$ 35,00	\$ 35,00	
Aires acondicionados Split de 24000 btu	34	\$ 1.200,00	\$ 40.800,00	
Aires acondicionados split de 32000 btu	13	\$ 1.550,00	\$ 20.150,00	
Cámara de frío	1	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	
Refrigerador pequeño para habitaciones	45	\$ 225,00	\$ 10.125,00	

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

Cafeteras eléctricas	2	\$ 25,00	\$ 50,00	
Extractor de olores para cocina	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00	
Transformador eléctrico	1	\$ 89,00	\$ 89,00	
Motor para puerta de garaje	1	\$ 420,00	\$ 420,00	
Generador de energía	2	\$ 33.000,00	\$ 66.000,00	
Vaporizador de ozono	1	\$ 199,00	\$ 199,00	
Alta frecuencia	1	\$ 699,00	\$ 699,00	
Camilla	2	\$ 400,00	\$ 800,00	
MUEBLES Y ENSERES				\$ 127.004,43
Colchones de 2 plazas	53	\$ 119,00	\$ 6.307,00	
Colchones de 2 plazas ½	17	\$ 279,00	\$ 4.743,00	
Colchones de 3 plazas	2	\$ 399,00	\$ 798,00	
Cama de madera de 2 plazas	53	\$ 499,00	\$ 26.447,00	
Cama de madera de 2 plazas ½	17	\$ 549,00	\$ 9.333,00	
Cama de madera de 3 plazas	2	\$ 1.200,00	\$ 2.400,00	
Veladores de madera	45	\$ 55,00	\$ 2.475,00	
Almohadas	90	\$ 3,50	\$ 315,00	
Televisores LED HD de 32 pulgadas	34	\$ 739,99	\$ 25.159,66	
Televisores LED HD de 40 pulgadas	9	\$ 1.199,98	\$ 10.799,82	
Smart Tv 50 pulgadas 3D	2	\$ 1.995,00	\$ 3.990,00	
Lámparas de noche	45	\$ 25,00	\$ 1.125,00	
Juegos de sábanas de 2 plazas	106	\$ 15,15	\$ 1.605,90	
Juegos de sábanas de 2 plazas ½	34	\$ 17,10	\$ 581,40	
Juegos de sábanas de 3 plazas	4	\$ 19,50	\$ 78,00	
Protector de colchones de 2 plazas	53	\$ 44,99	\$ 2.384,47	
Protector de colchones de 2 plazas ½	17	\$ 49,99	\$ 849,83	
Protector de colchones de 3 plazas	2	\$ 55,00	\$ 110,00	
Edredones de colchones de 2 plazas	53	\$ 40,00	\$ 2.120,00	
Edredones de colchones de 2 plazas ½	17	\$ 40,00	\$ 680,00	
Edredones de colchones de 3 plazas	2	\$ 45,00	\$ 90,00	
Dispensador de toallas	50	\$ 31,00	\$ 1.550,00	
Toallas de baño	90	\$ 5,69	\$ 512,10	
Toallas de tocador	90	\$ 3,00	\$ 270,00	
Alfombra de baño	45	\$ 39,00	\$ 1.755,00	
Carros de camarera	3	\$ 190,00	\$ 570,00	
Mesas de restaurante	15	\$ 130,00	\$ 1.950,00	
Manteles para restaurante	30	\$ 80,00	\$ 2.400,00	
Cubre manteles	30	\$ 22,00	\$ 660,00	
Servilletas de tela	120	\$ 1,00	\$ 120,00	
Copas para vino	120	\$ 2,50	\$ 300,00	
Copa de agua	120	\$ 2,50	\$ 300,00	
Copas de Champagne	120	\$ 3,00	\$ 360,00	
Vasos	150	\$ 2,00	\$ 300,00	
Plato soperó	120	\$ 9,00	\$ 1.080,00	

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

Plato principal	120	\$ 8,00	\$ 960,00
Platos para postre	120	\$ 5,00	\$ 600,00
Platos para pan	60	\$ 3,00	\$ 180,00
Platos para tasas	60	\$ 3,00	\$ 180,00
tasas para café	60	\$ 4,00	\$ 240,00
Juegos de cubiertos	120	\$ 16,80	\$ 2.016,00
Repisas para platos y vasos	5	\$ 35,00	\$ 175,00
Ollas de aluminio con tapa de aluminio	8	\$ 106,00	\$ 848,00
Cacerolas con tapa	5	\$ 35,00	\$ 175,00
Sartenes de teflón	8	\$ 70,00	\$ 560,00
Cucharetas	8	\$ 3,50	\$ 28,00
Cernidoras	5	\$ 3,00	\$ 15,00
Exprimidores de limón	4	\$ 2,75	\$ 11,00
Juego de cuchillos para cocina	3	\$ 100,00	\$ 300,00
Cucharones	8	\$ 6,00	\$ 48,00
Espátulas	5	\$ 5,50	\$ 27,50
Ralladores	4	\$ 7,99	\$ 31,96
Ablandadores de carnes	3	\$ 23,00	\$ 69,00
Juego de cucharas para medir	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Tablas para picar	6	\$ 12,00	\$ 72,00
Bandejas	6	\$ 9,00	\$ 54,00
Jarras para jugo	20	\$ 14,50	\$ 290,00
Jarras cafeteras	10	\$ 12,00	\$ 120,00
Hieleras	20	\$ 35,00	\$ 700,00
Saleros	60	\$ 3,00	\$ 180,00
Ceniceros	30	\$ 7,00	\$ 210,00
Escritorios de oficina	5	\$ 230,00	\$ 1.150,00
Sillas para escritorio	5	\$ 108,10	\$ 540,50
Archivadores	3	\$ 243,93	\$ 731,79
Mesa de billar	2	\$ 800,00	\$ 1.600,00
Escobas	20	\$ 3,00	\$ 60,00
Trapeadores	20	\$ 3,00	\$ 60,00
Escurreidores de agua	10	\$ 6,50	\$ 65,00
Cepillos	10	\$ 4,75	\$ 47,50
Limpia vidrios	20	\$ 4,00	\$ 80,00
EQUIPOS DE COMPUTO			\$ 28.532,64
Computadoras de escritorio	5	\$ 484,94	\$ 2.424,70
Laptops	3	\$ 890,00	\$ 2.670,00
Tablets	50	\$ 200,00	\$ 10.000,00
Reconocedores de Huellas dactilares	50	\$ 199,99	\$ 9.999,50
Fotocopiadora	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Escaner	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Impresoras	3	\$ 80,00	\$ 240,00
Central telefónica	1	\$ 99,99	\$ 99,99

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

Teléfonos	55	\$ 39,99	\$ 2.199,45	
Reloj de asistencia con huella dactilar	1	\$ 299,00	\$ 299,00	
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS			\$ 3.355.133,06	
ACTIVO DIFERIDO				
GASTOS PRE-OPERACIONALES				\$ 57.580,00
Constitución Compañía	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Registro de Marcas	1	\$ 400,00	\$ 400,00	
Permisos de Funcionamiento	1	\$ 500,00	\$ 500,00	
Campaña de marketing y publicidad	1	\$ 55.680,00	\$ 55.680,00	
SUMINISTROS DE OFICINA				\$ 304,96
Carpetas membretadas	100	\$ 0,30	\$ 30,00	
Resmas de hojas	50	\$ 3,00	\$ 150,00	
Carpetas archivadoras	20	\$ 2,30	\$ 46,00	
Grapadoras	4	\$ 3,50	\$ 14,00	
Perforadoras	4	\$ 6,50	\$ 26,00	
Cajas de clips	10	\$ 1,10	\$ 11,00	
Caja de grapas	10	\$ 2,25	\$ 22,50	
Binchas para carpetas	2	\$ 2,73	\$ 5,46	
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS				\$ 57.884,96
TOTAL				\$ 3.446.882,02
Aporte Accionistas		25%	APORTE DE ACCIONISTAS	\$ 2.585.161,52
Financiamiento externo		75%	FINANCIAMIENTO	\$ 861.720,51

Elaborado por: El autor

7.1.1 Tipo de Inversión

7.1.1.1 Fija

La inversión fija de Residenza Boutique Hotel comprende la compra de todos los activos fijos que se necesitan adquirir en la etapa pre-operacional para la apertura del hotel, el valor de los activos fijos ascienden a \$3.355.133,06 USD que incluye los costos de terreno, edificio, vehículos, maquinarias y equipos, muebles y enseres y equipos de cómputo que se detallan a continuación en la siguiente tabla.

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

Tabla 49 Activos fijos

ACTIVOS FIJOS				
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Valor Total
Vehículo	2	\$ 39.990,00	\$ 79.980,00	\$ 79.980,00
Terreno	1	\$ 225.000,00	\$ 225.000,00	\$ 225.000,00
Edificio	1	\$ 2.730.000,00	\$ 2.730.000,00	\$ 2.730.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPO				\$ 164.615,99
MUEBLES Y ENSERES				\$ 127.004,43
EQUIPOS DE CÓMPUTO				\$ 28.532,64
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS				\$ 3.355.133,06

Elaborado por: El autor

7.1.1.2 Diferida

La inversión diferida de Residencia Boutique Hotel son todos aquellos gastos pre-operacionales que se incurrirán antes del primer día de operaciones del hotel y se detallan a continuación en la siguiente tabla.

Tabla 50 Activos Diferidos

ACTIVO DIFERIDO				
GASTOS PRE-OPERACIONALES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	\$ 57.580,00
Constitución Compañía	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Registro de Marcas	1	\$ 400,00	\$ 400,00	
Permisos de Funcionamiento	1	\$ 500,00	\$ 500,00	
Campaña de marketing y publicidad	1	\$ 55.680,00	\$ 55.680,00	
SUMINISTROS DE OFICINA				\$ 304,96
Carpetas membretadas	100	\$ 0,30	\$ 30,00	
Resmas de hojas	50	\$ 3,00	\$ 150,00	
Carpetas archivadoras	20	\$ 2,30	\$ 46,00	
Grapadoras	4	\$ 3,50	\$ 14,00	
Perforadoras	4	\$ 6,50	\$ 26,00	
Cajas de clips	10	\$ 1,10	\$ 11,00	
Caja de grapas	10	\$ 2,25	\$ 22,50	
Binchas para carpetas	2	\$ 2,73	\$ 5,46	
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS				\$ 57.884,96

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.1.1.3 Corriente

Los activos corrientes son todos aquellos recursos adicionales que la empresa debe incurrir para que comience a funcionar Residenza Boutique Hotel, son considerados también como capital de trabajo y se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 51: Activos corriente

ACTIVO CORRIENTE				
CAPITAL DE TRABAJO				\$ 33.864,00
Sueldos y salarios	2	\$ 15.252,00	\$ 30.504,00	
Servicios básicos	1	\$ 2.360,00	\$ 2.360,00	
Seguros	2	\$ 468,13	\$ 936,26	
Varios	2	31,87	\$ 63,74	
TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTE				\$ 33.864,00

Elaborado por: El autor

Se ha considerado un proporcional de sueldos y salarios correspondientes a dos meses, un mes de servicios básicos, dos meses de seguros y dos valores varios para cualquier imprevisto fuera del cálculo que corresponden a dos meses lo cual da un valor total de activos corriente de \$33.864,00.

7.1.2 Financiamiento de la Inversión

7.1.2.1 Fuentes de Financiamiento

La inversión inicial para el funcionamiento de las actividades de Residenza Boutique Hotel ascienden a \$3´446.882,02 USD para lo cual se realizarán dos tipos de financiamiento como ya se mencionó anteriormente de la siguiente manera:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Aporte de Accionistas: El aporte de los tres (3) accionistas de Residencia Boutique Hotel asciende a \$861.720,51 USD que corresponde al 25% del monto de la inversión total para el hotel.

Financiamiento externo: El financiamiento externo asciende a \$2'585.161,52 USD que corresponde al 75% restante del monto total de la inversión y será financiado por la Corporación financiera nacional del Ecuador (CFN) a un plazo máximo de 10 años con una tasa de interés del 11,50% anual.

La forma de financiamiento se detalla a continuación en el siguiente cuadro.

Tabla 52 Fuentes de financiamiento

TOTAL DE LA INVERSIÓN	\$ 3.446.882,02
FINANCIAMIENTO CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL (C.F.N) 75%	\$ 2.585.161,52
APORTE DE ACCIONISTAS 25%	\$ 861.720,51

Elaborado por: El autor

7.1.2.2 Tabla de Amortización

La tabla de amortización del financiamiento con la Corporación Financiera Nacional (CFN) se detalla a continuación en el siguiente cuadro donde se calculó el 75% del monto total de la inversión inicial con un plazo máximo de 10 años, es decir 120 meses con una tasa de interés del 11,50% donde los pagos mensuales ascienden a \$36.346,19 USD.

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

Tabla 53: Amortización

	AÑOS	MESES
PRESTAMO	\$ 2.585.161,52	
PERIODO	10	120
TASA	11,50%	0,96%
PAGO	\$ 36.346,19	

PERIODOS	Saldo Inicial	Pago	Capital	Interés	Saldo Final
0					\$ 2.585.161,52
1	\$ 2.585.161,52	\$ 36.346,19	\$ 11.571,73	\$ 24.774,46	\$ 2.573.589,79
2	\$ 2.573.589,79	\$ 36.346,19	\$ 11.682,62	\$ 24.663,57	\$ 2.561.907,16
3	\$ 2.561.907,16	\$ 36.346,19	\$ 11.794,58	\$ 24.551,61	\$ 2.550.112,58
4	\$ 2.550.112,58	\$ 36.346,19	\$ 11.907,61	\$ 24.438,58	\$ 2.538.204,97
5	\$ 2.538.204,97	\$ 36.346,19	\$ 12.021,73	\$ 24.324,46	\$ 2.526.183,24
6	\$ 2.526.183,24	\$ 36.346,19	\$ 12.136,94	\$ 24.209,26	\$ 2.514.046,30
7	\$ 2.514.046,30	\$ 36.346,19	\$ 12.253,25	\$ 24.092,94	\$ 2.501.793,05
8	\$ 2.501.793,05	\$ 36.346,19	\$ 12.370,68	\$ 23.975,52	\$ 2.489.422,37
9	\$ 2.489.422,37	\$ 36.346,19	\$ 12.489,23	\$ 23.856,96	\$ 2.476.933,14
10	\$ 2.476.933,14	\$ 36.346,19	\$ 12.608,92	\$ 23.737,28	\$ 2.464.324,23
11	\$ 2.464.324,23	\$ 36.346,19	\$ 12.729,75	\$ 23.616,44	\$ 2.451.594,48
12	\$ 2.451.594,48	\$ 36.346,19	\$ 12.851,75	\$ 23.494,45	\$ 2.438.742,73
13	\$ 2.438.742,73	\$ 36.346,19	\$ 12.974,91	\$ 23.371,28	\$ 2.425.767,82
14	\$ 2.425.767,82	\$ 36.346,19	\$ 13.099,25	\$ 23.246,94	\$ 2.412.668,57
15	\$ 2.412.668,57	\$ 36.346,19	\$ 13.224,79	\$ 23.121,41	\$ 2.399.443,78
16	\$ 2.399.443,78	\$ 36.346,19	\$ 13.351,52	\$ 22.994,67	\$ 2.386.092,26
17	\$ 2.386.092,26	\$ 36.346,19	\$ 13.479,48	\$ 22.866,72	\$ 2.372.612,78
18	\$ 2.372.612,78	\$ 36.346,19	\$ 13.608,65	\$ 22.737,54	\$ 2.359.004,13
19	\$ 2.359.004,13	\$ 36.346,19	\$ 13.739,07	\$ 22.607,12	\$ 2.345.265,06
20	\$ 2.345.265,06	\$ 36.346,19	\$ 13.870,74	\$ 22.475,46	\$ 2.331.394,32
21	\$ 2.331.394,32	\$ 36.346,19	\$ 14.003,66	\$ 22.342,53	\$ 2.317.390,66
22	\$ 2.317.390,66	\$ 36.346,19	\$ 14.137,87	\$ 22.208,33	\$ 2.303.252,79
23	\$ 2.303.252,79	\$ 36.346,19	\$ 14.273,35	\$ 22.072,84	\$ 2.288.979,44
24	\$ 2.288.979,44	\$ 36.346,19	\$ 14.410,14	\$ 21.936,05	\$ 2.274.569,30
25	\$ 2.274.569,30	\$ 36.346,19	\$ 14.548,24	\$ 21.797,96	\$ 2.260.021,06
26	\$ 2.260.021,06	\$ 36.346,19	\$ 14.687,66	\$ 21.658,54	\$ 2.245.333,40
27	\$ 2.245.333,40	\$ 36.346,19	\$ 14.828,41	\$ 21.517,78	\$ 2.230.504,99
28	\$ 2.230.504,99	\$ 36.346,19	\$ 14.970,52	\$ 21.375,67	\$ 2.215.534,47
29	\$ 2.215.534,47	\$ 36.346,19	\$ 15.113,99	\$ 21.232,21	\$ 2.200.420,48
30	\$ 2.200.420,48	\$ 36.346,19	\$ 15.258,83	\$ 21.087,36	\$ 2.185.161,65
31	\$ 2.185.161,65	\$ 36.346,19	\$ 15.405,06	\$ 20.941,13	\$ 2.169.756,59

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

32	\$ 2.169.756,59	\$ 36.346,19	\$ 15.552,69	\$ 20.793,50	\$ 2.154.203,90
33	\$ 2.154.203,90	\$ 36.346,19	\$ 15.701,74	\$ 20.644,45	\$ 2.138.502,16
34	\$ 2.138.502,16	\$ 36.346,19	\$ 15.852,21	\$ 20.493,98	\$ 2.122.649,95
35	\$ 2.122.649,95	\$ 36.346,19	\$ 16.004,13	\$ 20.342,06	\$ 2.106.645,81
36	\$ 2.106.645,81	\$ 36.346,19	\$ 16.157,50	\$ 20.188,69	\$ 2.090.488,31
37	\$ 2.090.488,31	\$ 36.346,19	\$ 16.312,35	\$ 20.033,85	\$ 2.074.175,96
38	\$ 2.074.175,96	\$ 36.346,19	\$ 16.468,67	\$ 19.877,52	\$ 2.057.707,29
39	\$ 2.057.707,29	\$ 36.346,19	\$ 16.626,50	\$ 19.719,69	\$ 2.041.080,79
40	\$ 2.041.080,79	\$ 36.346,19	\$ 16.785,84	\$ 19.560,36	\$ 2.024.294,96
41	\$ 2.024.294,96	\$ 36.346,19	\$ 16.946,70	\$ 19.399,49	\$ 2.007.348,26
42	\$ 2.007.348,26	\$ 36.346,19	\$ 17.109,11	\$ 19.237,09	\$ 1.990.239,15
43	\$ 1.990.239,15	\$ 36.346,19	\$ 17.273,07	\$ 19.073,13	\$ 1.972.966,08
44	\$ 1.972.966,08	\$ 36.346,19	\$ 17.438,60	\$ 18.907,59	\$ 1.955.527,48
45	\$ 1.955.527,48	\$ 36.346,19	\$ 17.605,72	\$ 18.740,47	\$ 1.937.921,76
46	\$ 1.937.921,76	\$ 36.346,19	\$ 17.774,44	\$ 18.571,75	\$ 1.920.147,32
47	\$ 1.920.147,32	\$ 36.346,19	\$ 17.944,78	\$ 18.401,41	\$ 1.902.202,54
48	\$ 1.902.202,54	\$ 36.346,19	\$ 18.116,75	\$ 18.229,44	\$ 1.884.085,78
49	\$ 1.884.085,78	\$ 36.346,19	\$ 18.290,37	\$ 18.055,82	\$ 1.865.795,41
50	\$ 1.865.795,41	\$ 36.346,19	\$ 18.465,65	\$ 17.880,54	\$ 1.847.329,76
51	\$ 1.847.329,76	\$ 36.346,19	\$ 18.642,62	\$ 17.703,58	\$ 1.828.687,14
52	\$ 1.828.687,14	\$ 36.346,19	\$ 18.821,27	\$ 17.524,92	\$ 1.809.865,87
53	\$ 1.809.865,87	\$ 36.346,19	\$ 19.001,65	\$ 17.344,55	\$ 1.790.864,22
54	\$ 1.790.864,22	\$ 36.346,19	\$ 19.183,74	\$ 17.162,45	\$ 1.771.680,48
55	\$ 1.771.680,48	\$ 36.346,19	\$ 19.367,59	\$ 16.978,60	\$ 1.752.312,89
56	\$ 1.752.312,89	\$ 36.346,19	\$ 19.553,19	\$ 16.793,00	\$ 1.732.759,70
57	\$ 1.732.759,70	\$ 36.346,19	\$ 19.740,58	\$ 16.605,61	\$ 1.713.019,12
58	\$ 1.713.019,12	\$ 36.346,19	\$ 19.929,76	\$ 16.416,43	\$ 1.693.089,36
59	\$ 1.693.089,36	\$ 36.346,19	\$ 20.120,75	\$ 16.225,44	\$ 1.672.968,60
60	\$ 1.672.968,60	\$ 36.346,19	\$ 20.313,58	\$ 16.032,62	\$ 1.652.655,03
61	\$ 1.652.655,03	\$ 36.346,19	\$ 20.508,25	\$ 15.837,94	\$ 1.632.146,78
62	\$ 1.632.146,78	\$ 36.346,19	\$ 20.704,79	\$ 15.641,41	\$ 1.611.441,99
63	\$ 1.611.441,99	\$ 36.346,19	\$ 20.903,21	\$ 15.442,99	\$ 1.590.538,78
64	\$ 1.590.538,78	\$ 36.346,19	\$ 21.103,53	\$ 15.242,66	\$ 1.569.435,25
65	\$ 1.569.435,25	\$ 36.346,19	\$ 21.305,77	\$ 15.040,42	\$ 1.548.129,48
66	\$ 1.548.129,48	\$ 36.346,19	\$ 21.509,95	\$ 14.836,24	\$ 1.526.619,53
67	\$ 1.526.619,53	\$ 36.346,19	\$ 21.716,09	\$ 14.630,10	\$ 1.504.903,44
68	\$ 1.504.903,44	\$ 36.346,19	\$ 21.924,20	\$ 14.421,99	\$ 1.482.979,24
69	\$ 1.482.979,24	\$ 36.346,19	\$ 22.134,31	\$ 14.211,88	\$ 1.460.844,93
70	\$ 1.460.844,93	\$ 36.346,19	\$ 22.346,43	\$ 13.999,76	\$ 1.438.498,50
71	\$ 1.438.498,50	\$ 36.346,19	\$ 22.560,58	\$ 13.785,61	\$ 1.415.937,92

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

72	\$ 1.415.937,92	\$ 36.346,19	\$ 22.776,79	\$ 13.569,41	\$ 1.393.161,13
73	\$ 1.393.161,13	\$ 36.346,19	\$ 22.995,07	\$ 13.351,13	\$ 1.370.166,06
74	\$ 1.370.166,06	\$ 36.346,19	\$ 23.215,43	\$ 13.130,76	\$ 1.346.950,63
75	\$ 1.346.950,63	\$ 36.346,19	\$ 23.437,92	\$ 12.908,28	\$ 1.323.512,71
76	\$ 1.323.512,71	\$ 36.346,19	\$ 23.662,53	\$ 12.683,66	\$ 1.299.850,18
77	\$ 1.299.850,18	\$ 36.346,19	\$ 23.889,30	\$ 12.456,90	\$ 1.275.960,89
78	\$ 1.275.960,89	\$ 36.346,19	\$ 24.118,23	\$ 12.227,96	\$ 1.251.842,65
79	\$ 1.251.842,65	\$ 36.346,19	\$ 24.349,37	\$ 11.996,83	\$ 1.227.493,28
80	\$ 1.227.493,28	\$ 36.346,19	\$ 24.582,72	\$ 11.763,48	\$ 1.202.910,57
81	\$ 1.202.910,57	\$ 36.346,19	\$ 24.818,30	\$ 11.527,89	\$ 1.178.092,27
82	\$ 1.178.092,27	\$ 36.346,19	\$ 25.056,14	\$ 11.290,05	\$ 1.153.036,13
83	\$ 1.153.036,13	\$ 36.346,19	\$ 25.296,26	\$ 11.049,93	\$ 1.127.739,86
84	\$ 1.127.739,86	\$ 36.346,19	\$ 25.538,69	\$ 10.807,51	\$ 1.102.201,18
85	\$ 1.102.201,18	\$ 36.346,19	\$ 25.783,43	\$ 10.562,76	\$ 1.076.417,74
86	\$ 1.076.417,74	\$ 36.346,19	\$ 26.030,52	\$ 10.315,67	\$ 1.050.387,22
87	\$ 1.050.387,22	\$ 36.346,19	\$ 26.279,98	\$ 10.066,21	\$ 1.024.107,24
88	\$ 1.024.107,24	\$ 36.346,19	\$ 26.531,83	\$ 9.814,36	\$ 997.575,41
89	\$ 997.575,41	\$ 36.346,19	\$ 26.786,10	\$ 9.560,10	\$ 970.789,31
90	\$ 970.789,31	\$ 36.346,19	\$ 27.042,80	\$ 9.303,40	\$ 943.746,52
91	\$ 943.746,52	\$ 36.346,19	\$ 27.301,96	\$ 9.044,24	\$ 916.444,56
92	\$ 916.444,56	\$ 36.346,19	\$ 27.563,60	\$ 8.782,59	\$ 888.880,96
93	\$ 888.880,96	\$ 36.346,19	\$ 27.827,75	\$ 8.518,44	\$ 861.053,21
94	\$ 861.053,21	\$ 36.346,19	\$ 28.094,43	\$ 8.251,76	\$ 832.958,78
95	\$ 832.958,78	\$ 36.346,19	\$ 28.363,67	\$ 7.982,52	\$ 804.595,11
96	\$ 804.595,11	\$ 36.346,19	\$ 28.635,49	\$ 7.710,70	\$ 775.959,62
97	\$ 775.959,62	\$ 36.346,19	\$ 28.909,91	\$ 7.436,28	\$ 747.049,70
98	\$ 747.049,70	\$ 36.346,19	\$ 29.186,97	\$ 7.159,23	\$ 717.862,74
99	\$ 717.862,74	\$ 36.346,19	\$ 29.466,68	\$ 6.879,52	\$ 688.396,06
100	\$ 688.396,06	\$ 36.346,19	\$ 29.749,06	\$ 6.597,13	\$ 658.647,00
101	\$ 658.647,00	\$ 36.346,19	\$ 30.034,16	\$ 6.312,03	\$ 628.612,84
102	\$ 628.612,84	\$ 36.346,19	\$ 30.321,99	\$ 6.024,21	\$ 598.290,85
103	\$ 598.290,85	\$ 36.346,19	\$ 30.612,57	\$ 5.733,62	\$ 567.678,28
104	\$ 567.678,28	\$ 36.346,19	\$ 30.905,94	\$ 5.440,25	\$ 536.772,34
105	\$ 536.772,34	\$ 36.346,19	\$ 31.202,12	\$ 5.144,07	\$ 505.570,21
106	\$ 505.570,21	\$ 36.346,19	\$ 31.501,15	\$ 4.845,05	\$ 474.069,07
107	\$ 474.069,07	\$ 36.346,19	\$ 31.803,03	\$ 4.543,16	\$ 442.266,03
108	\$ 442.266,03	\$ 36.346,19	\$ 32.107,81	\$ 4.238,38	\$ 410.158,22
109	\$ 410.158,22	\$ 36.346,19	\$ 32.415,51	\$ 3.930,68	\$ 377.742,71
110	\$ 377.742,71	\$ 36.346,19	\$ 32.726,16	\$ 3.620,03	\$ 345.016,55
111	\$ 345.016,55	\$ 36.346,19	\$ 33.039,78	\$ 3.306,41	\$ 311.976,77

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

112	\$ 311.976,77	\$ 36.346,19	\$ 33.356,42	\$ 2.989,78	\$ 278.620,35
113	\$ 278.620,35	\$ 36.346,19	\$ 33.676,08	\$ 2.670,11	\$ 244.944,27
114	\$ 244.944,27	\$ 36.346,19	\$ 33.998,81	\$ 2.347,38	\$ 210.945,46
115	\$ 210.945,46	\$ 36.346,19	\$ 34.324,63	\$ 2.021,56	\$ 176.620,83
116	\$ 176.620,83	\$ 36.346,19	\$ 34.653,58	\$ 1.692,62	\$ 141.967,25
117	\$ 141.967,25	\$ 36.346,19	\$ 34.985,67	\$ 1.360,52	\$ 106.981,58
118	\$ 106.981,58	\$ 36.346,19	\$ 35.320,95	\$ 1.025,24	\$ 71.660,63
119	\$ 71.660,63	\$ 36.346,19	\$ 35.659,45	\$ 686,75	\$ 36.001,18
120	\$ 36.001,18	\$ 36.346,19	\$ 36.001,18	\$ 345,01	\$ 0,00

Elaborado por: El autor

7.1.3 Cronograma de Inversiones

El cronograma de inversiones de Residenza Boutique Hotel se ha repartido en el periodo de un año antes de su primer día de funcionamiento como se detalla en la siguiente tabla.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 31 Cronograma de inversiones

ACTIVIDAD	MESES												TOTAL DE INVERSIÓN
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Compra del terreno	\$ 225.000,00												\$ 225.000,00
Constitución de la empresa y permisos de funcionamiento	\$ 1.500,00												\$ 1.500,00
Construcción del Edificio	\$ 227.500,00	\$ 227.500,00	\$ 227.500,00	\$ 227.500,00	\$ 227.500,00	\$ 227.500,00	\$ 227.500,00	\$ 227.500,00	\$ 227.500,00	\$ 227.500,00	\$ 227.500,00	\$ 227.500,00	\$ 2.730.000,00
Compra de muebles y enseres							\$ 21.167,41	\$ 21.167,41	\$ 21.167,41	\$ 21.167,41	\$ 21.167,41	\$ 21.167,41	\$ 127.004,43
Registro de Marca		\$ 400,00											\$ 400,00
Compra de equipos y maquinarias							\$ 27.436,00	\$ 27.436,00	\$ 27.436,00	\$ 27.436,00	\$ 27.436,00	\$ 27.436,00	\$ 164.615,99
Compra de equipos de computación							\$ 4.755,44	\$ 4.755,44	\$ 4.755,44	\$ 4.755,44	\$ 4.755,44	\$ 4.755,44	\$ 28.532,64
Compra de suministros de oficina												\$ 304,96	\$ 304,96
Campaña de marketing y publicidad	\$ 4.640,00	\$ 4.640,00	\$ 4.640,00	\$ 4.640,00	\$ 4.640,00	\$ 4.640,00	\$ 4.640,00	\$ 4.640,00	\$ 4.640,00	\$ 4.640,00	\$ 4.640,00	\$ 4.640,00	\$ 55.680,00
Separación de capital de trabajo										\$ 11.288,00	\$ 11.288,00	\$ 11.288,00	\$ 33.864,00
Compra de vehículos						39990						39990	\$ 79.980,00
TOTAL A INVERTIR	\$ 4.640,00	\$ 44.630,00	\$ 4.640,00	\$ 4.640,00	\$ 4.640,00	\$ 15.928,00	\$ 15.928,00	\$ 55.918,00	\$ 3.446.882,02				

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Como se puede observar en la tabla de cronograma de actividades la mayoría de estas actividades de la inversión inicial se realizan a partir del séptimo mes en el periodo del primer año pre-operacional. Solamente la campaña de marketing y la construcción del edificio se realizarán durante todo el año pre-operacional, es decir durante los doce (12) meses.

7.2 Análisis de Costos

7.2.1 Costos Fijos

Los costos fijos que mantendrá Residenza Boutique Hotel están basados en dos rubros, gastos administrativos y gastos de marketing y publicidad y se los detalla a continuación en la siguiente tabla de manera mensual y anual, cabe recalcar que estos gastos son solamente del primer año.

Tabla 54 Costos fijos

GASTOS FIJOS		
	Mensuales	Anuales
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos y Salarios	\$ 15.252,00	\$ 183.024,00
Varios	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Beneficios Sociales	\$ 3.475,10	\$ 41.701,18
Servicios Básicos	\$ 2.360,00	\$ 28.320,00
Suministros de oficina	\$ 304,96	\$ 3.659,52
Mantenimiento de equipos	\$ 200,00	\$ 2.400,00
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 22.092,06	\$ 265.104,70
GASTOS DE MARKETING Y PUBLICIDAD		
Fundas de productos con marcas del hotel		\$ 200,00
Tarjetas de programa de recompensas		\$ 100,00
Publicidad en cines		\$ 5.000,00
Videos publicitarios		\$ 200,00
Premios y promociones		\$ 1.000,00
Publicidad en el extranjero	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00
Prensa escrita		\$ 9.000,00
Banners		\$ 150,00
Contratación de Mimo		\$ 360,00
Ferias temáticas		\$ 3.000,00
TOTAL DE GASTOS DE MARKETING Y PUBLICIDAD		\$ 43.010,00
GASTOS OPERATIVOS		
Seminarios de servicio al cliente		\$ 8.370,00
Seminarios de Marketing		\$ 5.580,00
Seminarios de responsabilidad ambiental y social		\$ 6.510,00
TOTAL DE GASTOS OPERATIVOS		\$ 20.460,00
TOTAL DE GASTOS FIJOS	\$ 24.092,06	\$ 328.574,70

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.2.2 Costos Variables

Los costos variables son todos aquellos gastos en que se incurren para la producción de un producto como materia prima, es decir, mientras más se produzca se requerirá mayor cantidad de materia prima por lo que varía dependiendo de la cantidad producida, en caso de ventas también se puede considerar como costo variable los pagos de comisiones por venta, ya que así mismo mientras más se venda mayor será la cantidad en dólares a pagar por comisiones. (Morles, 2012)

En el caso de Residenza Boutique Hotel no cuenta con costos variables debido a que ninguna de los conceptos mencionados anteriormente se da en el caso de este trabajo de titulación, los costos en los que incurre el hotel son solamente fijos y financieros.

7.2.3 Costos de Producción

Los costos de producción como su nombre lo indica son todos aquellos gastos en los que una empresa incurre para la fabricación de un producto, entre los que se considera la mano de obra, materia prima, gastos de fabricación, entre otros.(Martell, 2006)

En el caso de Residenza Boutique Hotel no cuenta con costos de producción debido a que no se produce ningún producto, motivo por el cual este literal no aplica en este trabajo de titulación

7.3 Capital de Trabajo

El capital de trabajo es aquel dinero con el que cuenta la empresa para el desarrollo de sus actividades en un corto plazo, en otras palabras, reservas de dinero que la empresa mantiene para poder cubrir gastos necesarios para el buen funcionamiento de las actividades directas del negocio y poder tener liquidez, es decir, los activos corrientes que necesita la compañía para poder operar. (E.Ynfante, 2009)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Residenza Boutique Hotel ha considerado para el periodo inicial el monto de \$33.864,00 USD como capital de trabajo o activos corriente de la empresa en los cuales se consideraron dos meses de sueldos y salarios, un mes de servicios básicos, dos meses de seguros y un valor de varios como se lo detalla en la siguiente tabla.

Tabla 55 Capital de trabajo

ACTIVO CORRIENTE				
CAPITAL DE TRABAJO				\$ 33.864,00
Sueldos y salarios	2	\$ 15.252,00	\$ 30.504,00	
Servicios básicos	1	\$ 2.360,00	\$ 2.360,00	
Seguros	2	\$ 468,13	\$ 936,26	
Varios	2	31,87	\$ 63,74	
TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTE				\$ 33.864,00

Elaborado por: El autor

7.3.1 Costos de Operación

Los gastos operacionales de Residenza Boutique Hotel son todos aquellos gastos que se incurren en cada habitación por lo que se ha realizado diferentes tablas de cálculos con los costos de cada habitación y se encuentran detallados en el documento de Excel adjunto a este trabajo de titulación y en la siguiente tabla se muestra el costo total de todas las habitaciones en general en resumen.

Tabla 56 Gastos operacionales

COSTO DE HABITACIONES		PRIMER AÑO			
	COSTO	PRECIOS DE HABITACIONES	MARGEN	MARK UP %	MARGEN
Sencilla	\$ 40,88	\$ 100,00	\$ 59,12	145%	59%
Matrimonial	\$ 50,24	\$ 140,00	\$ 89,76	179%	64%
Doble	\$ 59,38	\$ 145,00	\$ 85,62	144%	59%
Familiar	\$ 60,04	\$ 155,00	\$ 94,96	158%	61%
Suites	\$ 41,54	\$ 170,00	\$ 128,46	309%	76%
Suites presidenciales	\$ 60,04	\$ 225,00	\$ 164,96	275%	73%
TOTAL DE COSTO	\$ 312,11				
PROMEDIO	\$ 52,02	\$ 156	\$ 103,81	202%	65%

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Cabe recalcar que todos estos gastos ya se encuentran incluidos en las proyecciones de venta entre los gastos operacionales y administrativos, ya que éstos son los que influyen en el movimiento y giro del negocio en sí, por lo que no se los consideró por separado en los estados de resultados

7.3.2 Costos Administrativos

Los costos administrativos comprenden varios rubros para Residencia Boutique Hotel, entre los cuales se pueden mencionar: Sueldos y salarios, beneficios sociales, servicios básicos, suministros de oficina, mantenimiento de equipos y la cuenta varios. A continuación se detallan los gastos administrativos de la compañía en la siguiente tabla.

Tabla57 Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos y Salarios	15.252,00	\$ 183.024,00
Seguros	\$ 468,13	\$ 5.617,56
Varios	\$ 31,87	\$ 382,44
Beneficios Sociales	\$ 3.475,10	\$ 41.701,18
Servicios Básicos	\$ 2.360,00	\$ 28.320,00
Suministros de oficina	\$ 304,96	\$ 3.659,52
Mantenimiento de equipos	\$ 200,00	\$ 2.400,00
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	22.092,06	\$ 265.104,70

Elaborado por: El autor

7.3.3 Costos de Ventas

Residencia Boutique Hotel ha considerado los costos de venta como todos aquellos gastos de marketing que incurra el hotel para atraer a los clientes a hospedarse en sus instalaciones al momento de que los turistas nacionales y extranjeros elijan como destino turístico la ciudad de Guayaquil, ya que realizando la campaña de marketing se promueve la imagen de la compañía, por ese motivo se lo considera como un punto referente que influye directamente en las ventas del hotel.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

A continuación se mostrarán los gastos de marketing del hotel para promover las ventas en la siguiente tabla.

Tabla58 Gastos de venta

GASTOS DE MARKETING	VALOR ANUAL
Fundas de productos con marca del hotel	\$ 200,00
Tarjetas de programa de recompensas	\$ 100,00
Publicidad en cines	\$ 5.000,00
Prensa escrita	\$ 9.000,00
Videos publicitarios	\$ 200,00
Premios y promociones	\$ 1.000,00
Publicidad en el extranjero	\$ 24.000,00
Banners	\$ 150,00
Contratación de Mimo	\$ 360,00
Ferias temáticas	\$ 3.000,00
Total	\$ 43.010,00

Elaborado por: El autor

Adicionalmente se detallan los costos de las habitaciones que ya se encuentran incluidos en los gastos administrativos y operacionales, pero que aquí se desglosan para brindar un mejor detalle.

Tabla 59 Costos unitarios de habitaciones sencillas y matrimoniales

COSTO TOTAL HABITACIÓN SENCILLA				COSTO TOTAL HABITACIÓN MATRIMONIAL			
	SUELDO	HABITACIONES			SUELDO	HABITACIONES	
Camarera	1590	45	1,18	Camarera	1590	45	1,18
COSTO UNITARIO				COSTO UNITARIO			
lavado de sábanas			7,94	lavado de sábanas			7,94
lavado de toallas			7,92	lavado de toallas			15,84
Jabones			1,29	Jabones			2,58
Shampoo			1,35	Shampoo			1,5
Servicios básicos			1,03	Servicios básicos			1,03
Materiales de limpieza			2,33	Materiales de limpieza			2,33
GASTOS FIJOS			17,85	GASTOS FIJOS			17,85
Costo total habitación sencilla			40,88	Costo total habitación Matrimonial			50,24

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 60 Costos unitarios de habitaciones dobles y familiares

COSTO TOTAL HABITACIÓN DOBLE				COSTO TOTAL HABITACIÓN FAMILIAR			
	SUELDO	HABITACIONES			SUELDO	HABITACIONES	
Camarera	1590	45	1,18	camarera	1590	45	1,18
COSTO UNITARIO				COSTO UNITARIO			
lavado de sábanas			15,88	lavado de sábanas			23,82
lavado de toallas			15,84	lavado de toallas			23,76
Jabones			2,58	Jabones			3,87
Shampoo			2,7	Shampoo			4,05
Servicios básicos			1,03	Servicios básicos			1,03
Materiales de limpieza			2,33	Materiales de limpieza			2,33
GASTOS FIJOS			17,85	GASTOS FIJOS			17,85
Costo total habitación Doble			59,38	Costo total habitación Familiar			60,04

Elaborado por: El autor

Tabla 61 Costos unitarios de suites sencillas y suites presidenciales

COSTO TOTAL SUITE				COSTO TOTAL SUITE PRESIDENCIAL			
	SUELDO	HABITACIONES			SUELDO	HABITACIONES	
Camarera	1590	45	1,18	Camarera	1590	45	1,18
COSTO UNITARIO				COSTO UNITARIO			
lavado de sábanas			15,88	lavado de sábanas			23,82
lavado de toallas			15,84	lavado de toallas			23,76
Jabones			2,58	Jabones			3,87
Shampoo			2,7	Shampoo			4,05
Servicios básicos			1,03	Servicios básicos			1,03
Materiales de limpieza			2,33	Materiales de limpieza			2,33
GASTOS FIJOS			17,85	GASTOS FIJOS			17,85
Costo total Suite			41,54	Costo total Suite Presidencial			60,04

Elaborado por: El autor

7.3.4 Costos Financieros

Los costos financieros de Residenza Boutique Hotel representan los intereses del financiamiento externo al que se lo calculó del 75% de la inversión

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

inicial a un periodo de 10 años y a una tasa de interés del 11,50% como queda demostrado en la siguiente tabla.

Tabla62Gastos financieros

PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS FINANCIEROS	\$ 289.735,53	\$ 271.980,89	\$ 252.073,33	\$ 229.751,79	\$ 204.723,56
	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
	\$ 176.660,42	\$ 145.194,37	\$ 109.912,76	\$ 70.352,92	\$ 25.996,09

Elaborado por: El autor

7.4 Análisis de Variables Críticas

7.4.1 Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

El precio de las habitaciones de Residenza Boutique Hotel fue estipulado de acuerdo al estudio de mercado y en relación a los precios de los principales competidores, el poder adquisitivo del mercado meta, los costos de habitación y el margen de ganancia requerido. La capacidad del hotel permite elaborar 45 habitaciones de diferentes precios de acuerdo a su segmento como se lo demuestra en el siguiente cuadro.

Tabla 63Precio de habitaciones

COSTO DE HABITACIONES		PRIMER AÑO			
	COSTO	PRECIOS DE HABITACIONES	MARGEN	MARK UP %	MARGEN %
Sencilla	\$ 40,88	\$ 100,00	\$ 59,12	145%	59%
Matrimonial	\$ 50,24	\$ 140,00	\$ 89,76	179%	64%
Doble	\$ 59,38	\$ 145,00	\$ 85,62	144%	59%
Familiar	\$ 60,04	\$ 155,00	\$ 94,96	158%	61%
Suites	\$ 41,54	\$ 170,00	\$ 128,46	309%	76%
Suites presidenciales	\$ 60,04	\$ 225,00	\$ 164,96	275%	73%
TOTAL DE COSTO	\$ 312,11				
PROMEDIO	\$ 52,02	\$ 156	\$ 103,81	202%	65%

Elaborado por: El autor

Es necesario recalcar que se ha decidido incrementar el precio de las habitaciones cada dos años en un 4% considerando el porcentaje de inflación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

del país siendo muy conservadores en cuanto al incremento ya que lo que busca la compañía es no tener precios muy bajos ni muy altos de acuerdo a los análisis y estudios realizados para elaborar este trabajo de titulación.

7.4.2 Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas

Los ingresos de Residenza Boutique Hotel por hospedaje fueron calculados considerando la entrevista realizada al experto quien mencionó que la capacidad de su hotel al primer año de operaciones alcanzó alrededor de un 65% y 75% y esos porcentajes incrementaron en un 8% anualmente.

Residenza Boutique Hotel estableció en la proyección de ingresos y ventas que la capacidad total del hotel en el primer año se llenará en un 60% y este porcentaje incrementará 5% anualmente hasta llegar a un 95% como tope máximo siendo conservador, ya que tomando como referencias las experiencias del experto y el incremento del porcentaje de turismo que demuestra que los turistas extranjeros que ingresan al Ecuador incrementa en un 11% anualmente como se mencionó en el capítulo de estudio de mercado, estos porcentajes de Residenza Boutique Hotel se mantienen por debajo para acercarse más a la realidad a este trabajo de titulación, además se calculó el incremento en el precio de las habitaciones en un 4% como se mencionó en el literal anterior.

Otro ingreso que ha considerado Residenza Boutique Hoteles la venta de recuerdos y artículos del hotel como se mencionó en los primeros capítulos debido a la temática de los hoteles boutique que se caracterizan por vender reliquias, réplicas, recuerdos o artículos del hotel a los clientes o huéspedes que así lo deseen por lo que se calculó un margen del 60% entre la venta y el costo de dichas ventas.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

A continuación se demuestra la proyección de ingresos de Residenza Boutique Hotel en las siguientes tablas.

Tabla64 Ingresos por habitaciones año 1 y 2

					AÑO 1	AÑO 2
Capacidad de aforo por año			100%	100%	60%	65%
TIPO DE HABITACIONES	Cantidades	Precio	Diario	Anual		
Sencilla	11	\$ 100,00	\$ 1.100,00	\$ 401.500,00	\$ 240.900,00	\$ 260.975,00
Matrimonial	15	\$ 140,00	\$ 2.100,00	\$ 766.500,00	\$ 459.900,00	\$ 498.225,00
Doble	8	\$ 145,00	\$ 1.160,00	\$ 423.400,00	\$ 254.040,00	\$ 275.210,00
Familiar	6	\$ 155,00	\$ 930,00	\$ 339.450,00	\$ 203.670,00	\$ 220.642,50
Suites	3	\$ 170,00	\$ 510,00	\$ 186.150,00	\$ 111.690,00	\$ 120.997,50
Suites presidenciales	2	\$ 225,00	\$ 450,00	\$ 164.250,00	\$ 98.550,00	\$ 106.762,50
				TOTAL DE INGRESOS	\$ 1.368.750,00	\$ 1.482.812,50

Elaborado por: El autor

Tabla 65 Ingresos por habitaciones año 3 y 4

					AÑO 3	AÑO 4
Capacidad de aforo por año			100%	100%	70%	75%
TIPO DE HABITACIONES	Cantidades	Precio	Diario	Anual		
Sencilla	11	\$ 104,00	\$ 1.144,00	\$ 417.560,00	\$ 292.292,00	\$ 313.170,00
Matrimonial	15	\$ 145,60	\$ 2.184,00	\$ 797.160,00	\$ 558.012,00	\$ 597.870,00
Doble	8	\$ 150,80	\$ 1.206,40	\$ 440.336,00	\$ 308.235,20	\$ 330.252,00
Familiar	6	\$ 161,20	\$ 967,20	\$ 353.028,00	\$ 247.119,60	\$ 264.771,00
Suites	3	\$ 176,80	\$ 530,40	\$ 193.596,00	\$ 135.517,20	\$ 145.197,00
Suites presidenciales	2	\$ 234,00	\$ 468,00	\$ 170.820,00	\$ 119.574,00	\$ 128.115,00
				TOTAL DE INGRESOS	\$ 1.660.750,00	\$ 1.779.375,00

Elaborado por: El autor

Tabla 66 Ingresos por habitaciones año 5 y 6

					AÑO 5	AÑO 6
Capacidad de aforo por año			100%	100%	80%	85%
TIPO DE HABITACIONES	Cantidades	Precio	Diario	Anual		
Sencilla	11	\$ 108,16	\$ 1.189,76	\$ 434.262,40	\$ 347.409,92	\$ 369.123,04
Matrimonial	15	\$ 151,42	\$ 2.271,36	\$ 829.046,40	\$ 663.237,12	\$ 704.689,44
Doble	8	\$ 156,83	\$ 1.254,66	\$ 457.949,44	\$ 366.359,55	\$ 389.257,02
Familiar	6	\$ 167,65	\$ 1.005,89	\$ 367.149,12	\$ 293.719,30	\$ 312.076,75
Suites	3	\$ 183,87	\$ 551,62	\$ 201.339,84	\$ 161.071,87	\$ 171.138,86
Suites presidenciales	2	\$ 243,36	\$ 486,72	\$ 177.652,80	\$ 142.122,24	\$ 151.004,88
				TOTAL DE INGRESOS	\$ 1.973.920,00	\$ 2.097.290,00

Elaborado por: El autor

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

Tabla 67 Ingresos por habitaciones año 7 y 8

Capacidad de aforo por año	TIPO DE HABITACIONES	Cantidades	Precio	100%	100%	AÑO 7	AÑO 8
				Diario	Anual	90%	95%
Sencilla	11	\$ 112,49	\$ 1.237,35	\$ 451.632,90	\$ 406.469,61	\$ 429.051,25	
Matrimonial	15	\$ 157,48	\$ 2.362,21	\$ 862.208,26	\$ 775.987,43	\$ 819.097,84	
Doble	8	\$ 163,11	\$ 1.304,84	\$ 476.267,42	\$ 428.640,68	\$ 452.454,05	
Familiar	6	\$ 174,35	\$ 1.046,12	\$ 381.835,08	\$ 343.651,58	\$ 362.743,33	
Suites	3	\$ 191,23	\$ 573,68	\$ 209.393,43	\$ 188.454,09	\$ 198.923,76	
Suites presidenciales	2	\$ 253,09	\$ 506,19	\$ 184.758,91	\$ 166.283,02	\$ 175.520,97	
				TOTAL DE INGRESOS	\$ 2.309.486,40	\$ 2.437.791,20	

Elaborado por: El autor

Tabla 68 Ingresos por habitaciones año 9 y 10

Capacidad de aforo por año	TIPO DE HABITACIONES	Cantidades	Precio	100%	100%	AÑO 9	AÑO 10
				Diario	Anual	95%	95%
Sencilla	11	\$ 116,99	\$ 1.286,84	\$ 469.698,21	\$ 446.213,30	\$ 446.213,30	
Matrimonial	15	\$ 163,78	\$ 2.456,70	\$ 896.696,59	\$ 851.861,76	\$ 851.861,76	
Doble	8	\$ 169,63	\$ 1.357,04	\$ 495.318,11	\$ 470.552,21	\$ 470.552,21	
Familiar	6	\$ 181,33	\$ 1.087,97	\$ 397.108,49	\$ 377.253,06	\$ 377.253,06	
Suites	3	\$ 198,88	\$ 596,63	\$ 217.769,17	\$ 206.880,71	\$ 206.880,71	
Suites presidenciales	2	\$ 263,22	\$ 526,44	\$ 192.149,27	\$ 182.541,81	\$ 182.541,81	
				TOTAL DE INGRESOS	\$ 2.535.302,85	\$ 2.535.302,85	

Elaborado por: El autor

A continuación se demuestra la tabla de ingresos proyectados por ventas y por capacidad del hotel utilizada proyectada a 10 años en la siguiente tabla.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 69 Capacidad del hotel utilizada, proyectada

PROYECCIÓN DE VENTAS										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VENTAS	1.443.750,00	1.561.562,50	1.743.437,50	1.866.196,88	2.065.082,97	2.193.011,12	2.409.993,57	2.543.323,73	2.646.112,01	2.651.652,46
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
INGRESOS POR HOSPEDAJE	1.368.750,00	1.482.812,50	1.660.750,00	1.779.375,00	1.973.920,00	2.097.290,00	2.309.486,40	2.437.791,20	2.535.302,85	2.535.302,85
Capacidad de aforo por año	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	95%	95%
Venta de Recuerdos	\$ 125.000,00	\$ 131.250,00	\$ 137.812,50	\$ 144.703,13	\$ 151.938,28	\$ 159.535,20	\$ 167.511,96	\$ 175.887,55	\$ 184.681,93	\$ 193.916,03
Costos de venta	\$ 50.000,00	\$ 52.500,00	\$ 55.125,00	\$ 57.881,25	\$ 60.775,31	\$ 63.814,08	\$ 67.004,78	\$ 70.355,02	\$ 73.872,77	\$ 77.566,41
UTILIDAD DE VENTA DE RECUERDOS	\$ 75.000,00	\$ 78.750,00	\$ 82.687,50	\$ 86.821,88	\$ 91.162,97	\$ 95.721,12	\$ 100.507,17	\$ 105.532,53	\$ 110.809,16	\$ 116.349,62

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.4.3 Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.

El nivel óptimo de producción se lo calcula en empresas que utilizan fabricación de productos donde se trata de optimizar los recursos utilizados para la creación de los productos al menor costo. Residenza Boutique Hotel no cuenta con procesos de producción, por ese motivo este literal no aplica para este trabajo de titulación.

7.5 Entorno Fiscal de la Empresa

Residenza Boutique Hotel deberá registrarse bajo las entidades reguladoras del Ecuador como el Servicio de Rentas Internas (SRI) y también ante la Superintendencia de Compañías, cumpliendo con todo lo que estas dos entidades exigen para evitar problemas legales a futuro.

7.5.1 Planificación Tributaria

Residenza Boutique Hotel deberá cumplir con los pagos de impuestos como lo determina la ley y también bajo lo que dispone el Servicio de Rentas Internas (SRI) que determina que el pago del impuesto al valor agregado (IVA) deberá ser cancelado mensualmente y el pago del impuesto a la renta deberá ser cancelado en el mes de abril dependiendo del noveno dígito del RUC varía la fecha de pago de la siguiente manera:

Tabla 70 Planificación tributaria

<i>Noveno Dígito</i>	<i>Personas Naturales</i>	<i>Sociedades</i>
1	10 de marzo	10 de abril
2	12 de marzo	12 de abril
3	14 de marzo	14 de abril
4	16 de marzo	16 de abril
5	18 de marzo	18 de abril
6	20 de marzo	20 de abril
7	22 de marzo	22 de abril
8	24 de marzo	24 de abril
9	26 de marzo	26 de abril
0	28 de marzo	28 de abril

Fuente: Servicio de Rentas Internas

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Elaborado por: El autor

7.5.1.1 Generalidades (Disposiciones Normativas)

Residencia Boutique Hotel cumplirá con todos los pagos de impuestos según lo que estipula la ley además está en la obligación de realizar sus declaraciones como lo indica el Servicio de Rentas Internas, por lo que el contador del hotel tendrá que estar al día con la contabilidad del hotel mes a mes para poder hacer el pago del impuesto al valor agregado y al final del periodo contable hacer la declaración del impuesto a la renta.

“El Servicio de Rentas Internas (SRI) es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes”. (SRI, 2012) Por otra parte, la Superintendencia de compañías es la entidad encargada de regular a todas las compañías o personas jurídicas de que cumplan bajo lo estipulado en la ley.

7.5.1.2 Minimización de la carga fiscal

Una forma de minimizar la carga fiscal para que la declaración de impuestos a la renta al final del periodo contable sea menor será implementar los gastos de depreciación y amortización de los activos del hotel, una vez calculados todos los gastos se tomará la utilidad para calcular el pago de utilidades a los trabajadores y luego del resultado de todos esos rubros saldrá la utilidad antes de impuestos, a dicha utilidad debe calcularse el pago de impuesto a la renta.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.5.1.3 Impuesto a la Renta

Residenza Boutique Hotel deberá declarar anualmente al final de cada periodo contable el pago del impuesto a la renta que según lo que estipula el Servicio de Rentas Internas (SRI) la tasa de impuesto a la renta actual es del 22% y deberá ser calculado como se lo mencionó anteriormente.

“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” (Impuesto a la Renta, 2012)

El cálculo del impuesto a la renta de Residenza Boutique Hotel se lo detalla a continuación en la siguiente tabla según el estado de resultados proyectado.

Tabla71 Impuesto a la renta proyectado

AÑO	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 650.261,73	\$ 719.770,98	\$ 852.588,64	\$ 940.615,21	\$ 1.081.612,99
Impuesto a la renta 22%		\$ 143.057,58	\$ 158.349,62	\$ 187.569,50	\$ 206.935,35	\$ 237.954,86
AÑO	6	7	8	9	10	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 1.172.497,79	\$ 1.319.685,92	\$ 1.390.023,01	\$ 1.429.097,99	\$ 1.377.747,78	
Impuesto a la renta 22%	\$ 257.949,51	\$ 290.330,90	\$ 305.805,06	\$ 314.401,56	\$ 303.104,51	

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.5.1.4 Impuesto al Valor Agregado

Residenza Boutique Hotel deberá cobrar el IVA en todas las transacciones que se realicen en el hotel es decir en cada servicio que se ofrezca donde haya una transacción económica de por medio.

“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%”. (Impuesto al Valor agregado, 2012)

Se aplicará la tarifa del 12% para cada transacción y al final de cada mes, el contador de Residenza Boutique Hotel deberá realizar la declaración en el Servicio de Rentas Internas (SRI) debido a que el servicio de hospedaje y todos los demás servicios que se ofrecen en los hoteles gravan IVA, la declaración se la realizará de acuerdo al último dígito del RUC de la compañía de la siguiente manera como se lo muestra en la siguiente tabla.

Tabla72 Fechas para de declarar el IVA

Noveno Dígito	Fecha máxima de declaración (si es mensual)	Fecha máxima de declaración (si es semestral)	
		Primer semestre	Segundo Semestre
1	10 del mes siguiente	10 de julio	10 de enero
2	12 del mes siguiente	12 de julio	12 de enero
3	14 del mes siguiente	14 de julio	14 de enero
4	16 del mes siguiente	16 de julio	16 de enero
5	18 del mes siguiente	18 de julio	18 de enero
6	20 del mes siguiente	20 de julio	20 de enero
7	22 del mes siguiente	22 de julio	22 de enero
8	24 del mes siguiente	24 de julio	24 de enero
9	26 del mes siguiente	26 de julio	26 de enero
0	28 del mes siguiente	28 de julio	28 de enero

Elaborado por: El autor

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.5.1.5 Impuestos a los Consumos Especiales

Los impuestos a los consumos especiales (ICE) se aplican a las bebidas alcohólicas, cigarrillos entre otros bienes que exclusivamente gravan este impuesto de acuerdo a las lista del artículo 82 de la ley del régimen tributario interno (ICE, 2012), en el caso de Residenza Boutique Hotel deberá cancelar este impuesto en el caso de adquirir productos importados o nacionales que se encuentren detallados en esa lista.

7.5.1.6 Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales

Residenza Boutique Hotel deberá tener al día los pagos de impuestos, tasas, contribuciones y otras obligaciones que debe cumplir por ser una compañía que impulsa el turismo y brindar el servicio de hospedaje tal como se lo demuestra en el anexo de (AHOTEC) Federación Hotelera del Ecuador. (Hidalgo, 2009)

7.5.1.7 Impuestos al Comercio Exterior

Los impuestos al comercio exterior son todos aquellos aranceles o derechos arancelarios, tasas por servicios aduaneros, y otros impuestos establecidos en leyes especiales (SENAE, 2012) (Pro Ecuador, 2011)

De acuerdo a las actividades de Residenza Boutique Hotel, este tipo de impuestos no aplica para el modelo de negocio ya que no se realizarán importaciones tampoco exportaciones de ninguna índole.

7.5.1.8 Impuestos a las Herencias Legados y Donaciones

El pago de impuestos a las herencias legados y donaciones se lo realiza 6 meses después del fallecimiento de la persona que dejó la herencia y se lo debe calcular tomando como referencia el costo total del activo en cuestión dividiéndolo para el número de personas que reciben la herencia, es decir si la persona que fallece deja en su herencia todos sus activos valorados en

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

\$1'000.000,00 USD y ésta tiene 5 hijos beneficiarios, el monto total a calcular será independientemente para cada hijo, es decir \$200.000 USD cada uno. Para este efecto el Servicio de Rentas Internas (SRI) ha establecido una tabla en la cual se puede observar los rangos de los montos de impuestos a pagar establecidos con una base imponible para el cálculo a partir de \$61.931,00 USD dependiendo del monto total recibido por el hereditario deberá pagar o no dicho impuesto. (La Hora, 2012)

Residenza Boutique Hotel no debe pagar este impuesto ya que todos los activos serán financiados en su totalidad y no ha recibido ninguna clase de herencia, legado o donación.

7.5.1.9 Impuestos a la Salida de Divisas

Las salidas de divisas son todas aquellas transferencias de pagos que se realizan en el extranjero y que es aceptado como tal, se aplicará el impuesto a la salida de divisas cuando se realice una transferencia internacional, uso de tarjeta de crédito en el exterior, entre otras formas de realizar transacciones económicas en el exterior. (RASONU S.A, 2013)

Residenza Boutique Hotel deberá cancelar el impuesto a la salida de divisas única y exclusivamente cuando envíe al encargado de realizar las relaciones internacionales con agencias turísticas al extranjero para atraer clientes, monto que ya está estipulado en la campaña de marketing anual que se realizará y donde ya se consideró el impuesto a la salida de divisas. En caso de existir alguna otra razón por la cual Residenza Boutique Hotel deba cancelar este tipo de impuesto en el transcurso de su desarrollo comercial éste se basará en la última actualización del Reglamento de Aplicación al Impuesto a la Salida de Divisas que se puede visualizar en el anexo de este trabajo de titulación, para saber cuándo se debe o no aplicar el pago a este tipo de impuestos.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.5.1.10 Impuestos a los Vehículos Motorizados

El impuesto a los vehículos motorizados de Residenza Boutique Hotel ya se encuentra considerado en la tabla de impuestos, tasas y otras obligaciones para hoteles realizada por la federación Hotelera del Ecuador (AHOTEC) que se encuentra en los documentos del anexo de este trabajo de titulación, donde se considera el pago de matriculación, SOAT, impuesto verde, entre otros.

7.5.1.11 Impuestos a las Tierras Rurales

Este impuesto será sujeto para personas naturales, sociedades o propietarios de inmuebles rurales salvo lo que se establece en la ley de impuestos a las tierras rurales.

“Se considera hecho generador de este impuesto la propiedad o posesión de tierras de superficie igual o superior a 25 hectáreas en el sector rural según la delimitación efectuada por cada municipalidad en las ordenanzas correspondientes que se encuentre ubicado dentro de un radio de cuarenta kilómetros de las cuencas hidrográficas, canales de conducción o fuentes de agua definidas por el Ministerio de Agricultura y Ganadería o por la autoridad ambiental. La propiedad o posesión se entenderá conforme se determine en el Reglamento.” (RASONU S.A, 2013)

En el caso de Residenza Boutique Hotel no debe cancelar este pago de impuesto ya que no aplica según lo establecido en la ley de impuestos a tierras rurales de acuerdo al documento anexo a este trabajo de titulación que así lo determina.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.6 Estados Financieros proyectados

7.6.1 Balance General Inicial

El balance General Inicial demuestra cómo se encuentra la compañía para iniciar sus operaciones, donde se puede observar que los activos totales de Residenza Boutique Hotel ascienden a \$3´446.882,02 USD en contraparte se muestra que los Pasivos ascienden a \$2´585.161,52 valor que corresponde al préstamo a la Corporación Financiera Nacional (CFN) y en capital el valor asciende a \$861.720.51 USD que corresponde al monto total aportado por los accionistas del hotel, es decir el 25% de la inversión Inicial.

A continuación se muestra la tabla de Balance Inicial de Residenza Boutique Hotel con los detalles mencionados anteriormente.

Tabla73 Balance General Inicial

BALANCE GENERAL INICIAL			
ACTIVOS			PASIVOS \$ 2.585.161,52
Activos Corrientes		\$ 33.864,00	Préstamo \$ 2.585.161,52
Caja Bancos	\$ 33.864,00		
Activos Fijos		\$ 3.355.133,06	Capital \$ 861.720,51
Vehículo	\$ 79.980,00		Aporte de accionistas \$ 861.720,51
Terreno	\$ 225.000,00		
Edificio	\$ 2.730.000,00		
Maquinaria y Equipos	\$ 164.615,99		
Muebles y Enseres	\$ 127.004,43		
Equipos de Cómputo	\$ 28.532,64		
Activos Diferidos		\$ 57.884,96	
Gastos pre-operacionales	\$ 57.580,00		
Suministros de oficina	\$ 304,96		
TOTAL DE ACTIVOS		\$ 3.446.882,02	TOTAL DE PASIVOS + CAPITAL \$ 3.446.882,02

Elaborado por: El autor

7.6.2 Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias de Residenza Boutique Hotel muestra los diferentes factores que influyen en el negocio para que sea rentable a partir del primer periodo de operaciones del mismo, de acuerdo a las proyecciones realizadas se puede observar que varían los ingresos debido a los incrementos

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

del valor del precio de las habitaciones en un 4% anualmente y el incremento de la capacidad utilizada anualmente del hotel en un 5% empezando con una base del 60% de capacidad utilizada el primer año.

Residenza Boutique Hotel ha considerado otros ingresos por venta de recuerdos, réplicas de activos del hotel entre otros objetos que ayudan a incrementar los ingresos totales del hotel que al primer año ascienden a \$1´443.750.00 USD además se consideran todos los gastos del hotel como ya se mencionó en los literales anteriores dónde la suma de todos estos para el final del primer año ascienden a \$618.310,00 USD dejando una utilidad neta al final del periodo de \$416.704,65 considerando la resta de la repartición de las utilidades a los trabajadores, gastos de depreciación y el cálculo de impuesto a la renta.

Para realizar las proyecciones de los gastos se consideró un incremento en sueldos y Salarios del 15%, los servicios básicos en un 5% de acuerdo a la capacidad utilizada del hotel y su incremento anual, además de un 4% adicional para ser cautelosos ante cualquier incremento en estos servicios.

En el caso del cálculo de los beneficios sociales estos varían en relación a los sueldos y salarios calculados, salvo el décimo cuarto sueldo y los fondos de reserva que dependen del sueldo básico fijado por el gobierno anualmente donde tomando en cuenta el crecimiento de los últimos cinco años, éste se ha incrementado un 10% anualmente en promedio, porcentaje que el hotel utilizó como referencia para realizar las proyecciones y su incremento en el cálculo.

La proyección total del estado de resultados se realizó a 10 años debido a que el financiamiento externo para la inversión de capital fue calculado al plazo máximo que otorga la Corporación Financiera Nacional (CFN) para préstamos.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla74 Estado de Resultados Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS											
AÑO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VENTAS		1.443.750,00	1.561.562,50	1.743.437,50	1.866.196,88	2.065.082,97	2.193.011,12	2.409.993,57	2.543.323,73	2.646.112,01	2.651.652,46
INGRESOS POR HOSPEDAJE		1.368.750,00	1.482.812,50	1.660.750,00	1.779.375,00	1.973.920,00	2.097.290,00	2.309.486,40	2.437.791,20	2.535.302,85	2.535.302,85
Capacidad de aforo por año		60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	95%	95%
Venta de Recuerdos		\$ 125.000,00	\$ 131.250,00	\$ 137.812,50	\$ 144.703,13	\$ 151.938,28	\$ 159.535,20	\$ 167.511,96	\$ 175.887,55	\$ 184.681,93	\$ 193.916,03
Costos de venta		\$ 50.000,00	\$ 52.500,00	\$ 55.125,00	\$ 57.881,25	\$ 60.775,31	\$ 63.814,08	\$ 67.004,78	\$ 70.355,02	\$ 73.872,77	\$ 77.566,41
UTILIDAD DE VENTA DE RECUERDOS		\$ 75.000,00	\$ 78.750,00	\$ 82.687,50	\$ 86.821,88	\$ 91.162,97	\$ 95.721,12	\$ 100.507,17	\$ 105.532,53	\$ 110.809,16	\$ 116.349,62
GASTOS		\$ 618.310,23	\$ 654.347,14	\$ 679.966,07	\$ 708.674,71	\$ 741.681,06	\$ 779.686,72	\$ 823.506,65	\$ 874.087,30	\$ 930.905,02	\$ 996.857,48
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 265.104,70	\$ 316.357,45	\$ 359.243,59	\$ 407.527,80	\$ 462.706,58	\$ 525.805,34	\$ 598.002,49	\$ 680.652,35	\$ 773.689,01	\$ 880.523,79
GASTOS OPERACIONALES		\$ 20.460,00	\$ 21.278,40	\$ 22.129,54	\$ 23.014,72	\$ 23.935,31	\$ 24.892,72	\$ 25.888,43	\$ 26.923,96	\$ 28.000,92	\$ 29.120,96
GASTOS DE MARKETING		\$ 43.010,00	\$ 44.730,40	\$ 46.519,62	\$ 48.380,40	\$ 50.315,62	\$ 52.328,24	\$ 54.421,37	\$ 56.598,23	\$ 58.862,15	\$ 61.216,64
GASTOS FINANCIEROS		\$ 289.735,53	\$ 271.980,89	\$ 252.073,33	\$ 229.751,79	\$ 204.723,56	\$ 176.660,42	\$ 145.194,37	\$ 109.912,76	\$ 70.352,92	\$ 25.996,09
UTILIDAD BRUTA		\$ 825.439,77	\$ 907.215,36	1.063.471,43	1.157.522,17	1.323.401,91	1.413.324,40	1.586.486,92	1.669.236,43	1.715.206,99	1.654.794,98
(-)Depreciaciones		\$ 196.925,97	\$ 196.925,97	\$ 196.925,97	\$ 187.416,04	\$ 187.416,04	\$ 171.420,04	\$ 171.420,04	\$ 171.420,04	\$ 171.420,04	\$ 171.420,04
UTILIDAD ANTES DE REPARTO A TRABAJADORES		\$ 628.513,80	\$ 710.289,39	\$ 866.545,46	\$ 970.106,13	1.135.985,87	1.241.904,36	1.415.066,88	1.497.816,39	1.543.786,95	1.483.374,94
Repartición de utilidad para los trabajadores 15%		\$ 94.277,07	\$ 106.543,41	\$ 129.981,82	\$ 145.515,92	\$ 170.397,88	\$ 186.285,65	\$ 212.260,03	\$ 224.672,46	\$ 231.568,04	\$ 222.506,24
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 534.236,73	\$ 603.745,98	\$ 736.563,64	\$ 824.590,21	\$ 965.587,99	1.055.618,71	1.202.806,84	1.273.143,93	1.312.218,91	1.260.868,70
Impuesto a la renta	22%	\$ 117.532,08	\$ 132.824,12	\$ 162.044,00	\$ 181.409,85	\$ 212.429,36	\$ 232.236,12	\$ 264.617,51	\$ 280.091,66	\$ 288.688,16	\$ 277.391,11
UTILIDAD NETA		- 861.720,51	\$ 416.704,65	\$ 470.921,87	\$ 574.519,64	\$ 643.180,36	\$ 753.158,63	\$ 823.382,59	\$ 938.189,34	\$ 993.052,27	1.023.530,75

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.6.2.1 Flujo de Caja Proyectado

El flujo de caja proyectado muestra el dinero en efectivo con el que cuenta Residenza Boutique Hotel al final de cada periodo y para comenzar uno nuevo anualmente, como se puede observar en la tabla los flujos nominales se mantienen positivos en todos los periodos de funcionamiento del Hotel lo cual le otorga liquidez.

Tabla75 Flujos de caja proyectados

Flujo Nominal	- 3.446.882,02	\$ 467.211,84	\$ 503.674,41	\$ 587.364,62	\$ 624.193,88	\$ 709.143,91	\$ 735.308,74	\$ 818.649,43	\$ 838.230,75	\$ 829.149,40	2.368.603,40
PERIODOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VA		\$ 427.117,49	\$ 420.936,83	\$ 448.754,02	\$ 435.966,97	\$ 452.795,38	\$ 429.211,01	\$ 436.850,27	\$ 408.913,79	\$ 369.772,39	\$ 965.667,37
TIEMPO DE RECUPERACIÓN		\$ 467.211,84	\$ 888.148,67	1.336.902,68	1.772.869,65	2.225.665,03	2.654.876,03	3.091.726,30	3.500.640,09	3.870.412,48	4.836.079,84
TIEMPO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO		\$ 427.117,49	\$ 848.054,32	1.296.808,34	1.732.775,31	2.185.570,68	2.614.781,69	3.051.631,96	3.460.545,75	3.830.318,13	4.795.985,50

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.6.2.1.1 Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

7.6.2.1.2 TMAR

La tasa mínima aceptable requerida (TMAR) fue calculada utilizando la Tasa de Inflación + la Tasa Pasiva Bancaria que publicó el Banco Central del Ecuador (BCE, 2013) al multiplicar estas dos tasas sale un porcentaje que es considerado como Riesgo y al sumar las tres tasas se obtiene la TMAR, a continuación se demuestra el cálculo realizado en la siguiente tabla.

Tabla 76 Cálculo de la Tasa Mínima Aceptable de Retorno (TMAR)

TASA DE INFLACIÓN	4,58%
TASA PASIVA BANCARIA	4,60%
RIESGO	0,21%
TMAR	9,39%

Elaborado por: El autor

7.6.2.1.3 VAN

El Valor Actual Neto (VAN) consiste en descontar todos los flujos nominales de cada periodo proyectado con la tasa mínima aceptable requerida por los inversionistas del proyecto para conocer cuál es el valor real de la inversión durante el periodo de duración en el momento actual es decir la utilidad sobrestimada del proyecto a valor actual.

A continuación se puede observar el cálculo del VAN de este trabajo de titulación en la siguiente tabla.

Tabla77 Valor Actual Neto (VAN)

PERIODOS	FLUJO NOMINAL	VA
0	-\$ 3.446.882,02	
1	\$ 467.211,84	\$ 427.117,49
2	503.674,41	\$ 420.936,83
3	\$ 587.364,62	\$ 448.754,02
4	\$ 624.193,88	\$ 435.966,97
5	\$ 709.143,91	\$ 452.795,38
6	\$ 735.308,74	\$ 429.211,01
7	\$ 818.649,43	\$ 436.850,27
8	\$ 838.230,75	\$ 408.913,79
9	\$ 829.149,40	\$ 369.772,39
10	\$ 2.368.603,40	\$ 965.667,37
	SUMATORIA V.A	\$ 4.795.985,50
	VAN	\$ 1.349.103,48

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Elaborado por: El autor

7.6.2.1.4 TIR

La Tasa Real de la Inversión (TIR) demuestra que tan factible y rentable es la realización del Trabajo de titulación siempre y cuando este porcentaje sea superior a la tasa mínima aceptable requerida (TMAR) por los inversionistas del proyecto. En el caso de Residenza Boutique esta condición si se da ya que la TIR del Trabajo de titulación es del 16% y la TMAR es del 9,39%.

Tabla 78 Tasa Real de Inversión (TIR)

TIR =	16%
-------	-----

Elaborado por: El autor

7.6.2.1.5 PAYBACK

Residenza Boutique Hotel tiene considerado recuperar la inversión inicial en un periodo de 7 años y 2 meses según la proyección de los flujos descontados de la siguiente manera.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla79 Payback

Flujo Nominal	- 3.446.882,02	\$ 467.211,84	\$ 503.674,41	\$ 587.364,62	\$ 624.193,88	\$ 709.143,91	\$ 735.308,74	\$ 818.649,43	\$ 838.230,75	\$ 829.149,40	2.368.603,40
PERIODOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VA		\$ 427.117,49	\$ 420.936,83	\$ 448.754,02	\$ 435.966,97	\$ 452.795,38	\$ 429.211,01	\$ 436.850,27	\$ 408.913,79	\$ 369.772,39	\$ 965.667,37
TIEMPO DE RECUPERACIÓN		\$ 467.211,84	\$ 888.148,67	1.336.902,68	1.772.869,65	2.225.665,03	2.654.876,03	3.091.726,30	3.500.640,09	3.870.412,48	4.836.079,84
TIEMPO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO		\$ 427.117,49	\$ 848.054,32	1.296.808,34	1.732.775,31	2.185.570,68	2.614.781,69	3.051.631,96	3.460.545,75	3.830.318,13	4.795.985,50

7 años, 2 meses

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.7 Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

El análisis de sensibilidad es el que indica que tan viable es realizar el proyecto tomando las consideraciones de diferentes escenarios tales como: Escenario probable que es aquel en el que se ha basado este estudio de trabajo de titulación en su totalidad, uno pesimista y otro optimista. Las variables que se van a utilizar será los incrementos de ingresos al hotel anualmente y para medir la factibilidad se utilizarán los indicadores de TIR, VAN y PAYBACK que ya se explicaron de que se trata cada uno en los literales anteriores.

A continuación se presentará la evaluación de los tres eventos mencionados anteriormente.

7.7.1 Escenario Probable.

Tabla80Escenario Probable

TMAR =	9,39%
VAN =	\$ 1.349.103,48
TIR =	16%
PAYBACK =	7 años y 2 meses

Elaborado por: El autor

En este escenario se puede evaluar que el trabajo de titulación es bastante real debido a que se ha considerado una TMAR del 9.39% de acuerdo a las tasas fijadas por el Banco Central del Ecuador la cual es menor a la TIR que representa a un 16% lo que demuestra que es un negocio rentable ya que a pesar de que la inversión inicial es bastante alta el tiempo de recuperación o PAYBACK es de 7 años 2 meses, siendo este un tiempo prudente para recuperar la inversión por la magnitud del proyecto. Se puede apreciar además que el valor actual neto o VAN representa la cantidad de \$1´349.103,48 USD considerando los flujos nominales y descontándolos a valor actual.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.7.2 Escenario Optimista.

El escenario optimista se lo evaluará considerando que a partir del primer año Residenza Boutique Hotel logrará llenar su capacidad en un 75% e incrementando la capacidad utilizada en un 5% anualmente hasta llegar al 100% y mantenerse, además de incrementar los precios de las habitaciones en un 8% cada dos años.

A continuación se demuestra el resultado obtenido utilizando las variables mencionadas anteriormente.

Tabla81 Escenario Optimista

TMAR =	9,39%
VAN =	\$ 3.284.966,33
TIR =	25%
PAYBACK =	5 años 1 Mes

Elaborado por: El autor

Como se puede observar la TIR aumentó considerablemente en un 9% más que el escenario probable del 16% a un 25%, pero las proyecciones son muy subjetivas, además el tiempo de recuperación o PAYBACK se redujo a 5 años y 1 mes y el valor actual neto o VAN aumentó a \$3'284.966,33 USD. Estos resultados indican que en caso de darse estas variaciones en las proyecciones del trabajo de titulación, el proyecto a evaluar es bastante rentable.

7.7.3 Escenario Pesimista

El escenario pesimista se lo evaluará considerando que el hotel solamente se llenará en un 45% su capacidad total y tendrá un incremento del 3% anualmente en su capacidad utilizada y con un aumento del precio de las habitaciones en un 3%.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

A continuación se demuestra el resultado obtenido utilizando las variables mencionadas anteriormente.

Tabla82Escenario Pesimista

TMAR =	9,39%
VAN =	-\$ 972.720,61
TIR =	4%
PAYBACK =	Después de 10 años

Elaborado por: El autor

Como se puede observar en los resultados obtenidos la TIR disminuyó considerablemente en un 12% , bajando del 16% presentado en el escenario probable al 4% lo cual indica que el proyecto no es rentable ya que ese porcentaje ni si quiera supera a la tasa mínima aceptable requerida por los inversionistas, además el valor actual (VAN) quedó con saldo negativo y el tiempo de recuperación de la inversión es mayor a los 10 años de los flujos proyectados por lo que se determina que con estas variables el proyecto no es rentable.

Puede darse el caso de que estas variables ocurran, por lo cual se debe elaborar un plan de contingencia lo suficientemente óptimo para poder prevenir este tipo de escenarios en el futuro, además se deberán aplicar estrategias más agresivas de mercadeo para poder obtener mayores ingresos y contrarrestar este escenario.

7.7.4 Otros escenarios.

A continuación se realizarán 4 tipos de escenarios diferentes donde los costos de suministros de oficina se incrementarán anualmente un 10%, los sueldos y salarios se incrementarán en un 20% anualmente, la inversión de activos fijos incrementará su costo total, asumiendo que el precio por metro cuadrado del terreno sea de \$90,00 USD y el costo de construcción por metro cuadrado fuese de \$450,00 USD. Además se evaluará la posibilidad de que la

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

tasa de interés requerida por la Corporación Financiera Nacional (CFN) sea del 15%.

Todos estos posibles escenarios serán evaluados independientemente considerando como punto de referencia el escenario probable que se ha desarrollado en este trabajo de titulación. Al final se elaborará un solo escenario combinando las 4 variables para analizar los resultados en la TIR, VAN y PAYBACK.

7.7.4.1 Costo de Suministros y Servicios

En este primer escenario se evaluará lo que suceda en el supuesto caso de que los suministros de oficina y servicios básicos incrementen en un 10% anualmente

Tabla83 Análisis de Sensibilidad Suministros de Oficina y Servicios Básicos

TMAR =	9,39%
VAN =	\$ 1.325.006,15
TIR =	16%
PAYBACK =	7 años, 2 meses

Elaborado por: El autor

Como se puede observar en la tabla no existe variación alguna en caso de que los suministros de oficina y los servicios básicos de Residenza Boutique Hotel se incrementen en un 10% anualmente, sin embargo la VAN si se ve afectada disminuyendo de \$1´350.741,51 USD a \$1´325.006,15 USD.

7.7.4.2 Gastos Administrativos

En este escenario se evaluará que sucedería si los sueldos y salarios se incrementan en un 20% incluyendo los sueldos básicos establecidos por el gobierno.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

A continuación se muestra los resultados de la variación de gastos administrativos.

Tabla84 Análisis de Sensibilidad de Gastos Administrativos

TMAR =	9,39%
VAN =	\$ 906.335,47
TIR =	14%
PAYBACK =	8 años, y 1 mes

Elaborado por: El autor

En este escenario si se puede notar un cambio en los resultados donde elVAN disminuye a \$906.335,47USD, la TIR se redujo en un 2% y el periodo de recuperación de la inversión inicial se incrementa a 8 años y 1 mes.

7.7.4.3 Inversión en Activos Fijos

En este escenario se evaluará si existiese algún cambio en los resultados utilizando la variación de que el precio del metro cuadrado del terreno se incremente a \$90,00 USD y el costo de construcción por metro cuadrado fuese de \$450,00 USD.

A continuación se muestran los resultados con esas posibles variables.

Tabla85 Escenario de Sensibilidad de Activos Fijos

TMAR =	9,39%
VAN =	\$ 1.013.527,75
TIR =	14%
PAYBACK =	8 años, 1 mes

Elaborado por: El autor

En este escenario se puede observar las mismas variaciones que en el escenario de gastos administrativos a diferencia que realizando esta variación en el incremento del precio en el terreno y edificio la VAN es de \$1`013.527,75 USD.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.7.4.4 Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)

En este escenario de sensibilidad se analizará el supuesto caso de que la Corporación Financiera Nacional (CFN) incremente su tasa de interés a un 15% para el préstamo de financiamiento del 75% de la inversión inicial

A continuación se muestran los resultados con esas posibles variables.

Tabla86 Análisis de Sensibilidad Tasa de Interés Promedio

TMAR =	9,39%
VAN =	\$ 1.080.066,92
TIR =	15%
PAYBACK =	8 años, 1 mes

Elaborado por: El autor

En este escenario se puede apreciar que el VAN se redujo a \$1´080.066,92 USD, la TIR se redujo en un 1% y el PAYBACK se incrementó al igual que en los escenarios anteriores a 8 años y 1 mes.

A continuación se evaluará que resultados podrían presentarse en el caso de unir estos 4 análisis de sensibilidad en uno solo y lo que Residenza Boutique Hotel podría enfrentar en caso de que se dieran estas variaciones.

Tabla87 Análisis de Sensibilidad de Cuatro Variables Juntas

TMAR =	9,39%
VAN =	\$ 309.381,65
TIR =	11%
PAYBACK =	9 años y 2 meses

Elaborado por: El autor

Como puede observarse en este análisis de sensibilidad el VAN se redujo considerablemente al combinar estas cuatro variables a \$309.381,65 USD mientras que la TIR se redujo en un 5%, del 16% al 11%, pero sin embargo se mantiene por encima de la TMAR lo que significa que aún si se dan estas cuatro variables en el proyecto éste sigue siendo rentable, solamente que

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

el periodo de recuperación de la inversión inicial será más prolongado, es decir este se incrementará a un plazo de 9 años y 2 meses.

7.8 Balance General

El balance general se ha proyectado a 10 años al igual que el estado de resultados debido a que ese es el tiempo de duración de este trabajo de titulación.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla88 Balance General Proyectado

PERIODOS	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
ACTIVOS											
Activos corriente											
Caja/ Bancos	\$ 33.864,00	\$ 501.075,84	\$ 1.004.750,24	\$ 1.592.114,87	\$ 2.216.308,75	\$ 2.925.452,66	\$ 3.660.761,40	\$ 4.479.410,82	\$ 5.317.641,57	\$ 6.146.790,97	\$ 8.515.394,37
Total de activos corriente	\$ 33.864,00	\$ 501.075,84	\$ 1.004.750,24	\$ 1.592.114,87	\$ 2.216.308,75	\$ 2.925.452,66	\$ 3.660.761,40	\$ 4.479.410,82	\$ 5.317.641,57	\$ 6.146.790,97	\$ 8.515.394,37
Activos Fijos											
Vehículo	\$ 79.980,00	\$ 79.980,00	\$ 79.980,00	\$ 79.980,00	\$ 79.980,00	\$ 79.980,00	\$ 79.980,00	\$ 79.980,00	\$ 79.980,00	\$ 79.980,00	\$ 79.980,00
Terreno	\$ 225.000,00	\$ 225.000,00	\$ 225.000,00	\$ 225.000,00	\$ 225.000,00	\$ 225.000,00	\$ 225.000,00	\$ 225.000,00	\$ 225.000,00	\$ 225.000,00	\$ 225.000,00
Edificio	\$ 2.730.000,00	\$ 2.730.000,00	\$ 2.730.000,00	\$ 2.730.000,00	\$ 2.730.000,00	\$ 2.730.000,00	\$ 2.730.000,00	\$ 2.730.000,00	\$ 2.730.000,00	\$ 2.730.000,00	\$ 2.730.000,00
Maquinaria y Equipos	\$ 164.615,99	\$ 164.615,99	\$ 164.615,99	\$ 164.615,99	\$ 164.615,99	\$ 164.615,99	\$ 164.615,99	\$ 164.615,99	\$ 164.615,99	\$ 164.615,99	\$ 164.615,99
Muebles y Enseres	\$ 127.004,43	\$ 127.004,43	\$ 127.004,43	\$ 127.004,43	\$ 127.004,43	\$ 127.004,43	\$ 127.004,43	\$ 127.004,43	\$ 127.004,43	\$ 127.004,43	\$ 127.004,43
Equipos de Computo	\$ 28.532,64	\$ 28.532,64	\$ 28.532,64	\$ 28.532,64	\$ 28.532,64	\$ 28.532,64	\$ 28.532,64	\$ 28.532,64	\$ 28.532,64	\$ 28.532,64	\$ 28.532,64
(-) Depreciación acumulada		\$ 191.167,97	\$ 382.335,94	\$ 573.503,91	\$ 755.161,95	\$ 936.820,00	\$ 1.102.482,04	\$ 1.268.144,08	\$ 1.433.806,12	\$ 1.599.468,16	\$ 1.765.130,21
Total de activos fijos	\$ 3.355.133,06	\$ 3.163.965,09	\$ 2.972.797,12	\$ 2.781.629,15	\$ 2.599.971,11	\$ 2.418.313,06	\$ 2.252.651,02	\$ 2.086.988,98	\$ 1.921.326,94	\$ 1.755.664,90	\$ 1.590.002,85
Activos Diferidos											
Gastos pre-operacionales	\$ 57.580,00	\$ 57.580,00	\$ 57.580,00	\$ 57.580,00	\$ 57.580,00	\$ 57.580,00	\$ 57.580,00	\$ 57.580,00	\$ 57.580,00	\$ 57.580,00	\$ 57.580,00
Suministros de oficina	\$ 304,96	\$ 304,96	\$ 304,96	\$ 304,96	\$ 304,96	\$ 304,96	\$ 304,96	\$ 304,96	\$ 304,96	\$ 304,96	\$ 304,96
(-) Amortización Acumulada		\$ 5.758,00	\$ 11.516,00	\$ 17.274,00	\$ 23.032,00	\$ 28.790,00	\$ 34.548,00	\$ 40.306,00	\$ 46.064,00	\$ 51.822,00	\$ 57.580,00
Total de activos diferido	\$ 57.884,96	\$ 52.126,96	\$ 46.368,96	\$ 40.610,96	\$ 34.852,96	\$ 29.094,96	\$ 23.336,96	\$ 17.578,96	\$ 11.820,96	\$ 6.062,96	\$ 304,96
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 3.446.882,02	\$ 3.717.167,88	\$ 4.023.916,32	\$ 4.414.354,98	\$ 4.851.132,81	\$ 5.372.860,68	\$ 5.936.749,38	\$ 6.583.978,76	\$ 7.250.789,47	\$ 7.908.518,82	\$ 10.105.702,18

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

PASIVOS											
Pasivos circulante		\$ 164.173,43	\$ 184.080,99	\$ 206.402,53	\$ 231.430,76	\$ 259.493,90	\$ 290.959,95	\$ 326.241,56	\$ 365.801,39	\$ 410.158,22	\$ 0,00
Pasivos a Largo Plazo											
Préstamo -(pago de capital)	\$ 2.585.161,52	\$ 2.274.569,30	\$ 2.090.488,31	\$ 1.884.085,78	\$ 1.652.655,03	\$ 1.393.161,13	\$ 1.102.201,18	\$ 775.959,62	\$ 410.158,22	\$ 0,00	\$ 0,00
Total de Pasivos	\$ 2.585.161,52	\$ 2.438.742,73	\$ 2.274.569,30	\$ 2.090.488,31	\$ 1.884.085,78	\$ 1.652.655,03	\$ 1.393.161,13	\$ 1.102.201,18	\$ 775.959,62	\$ 410.158,22	\$ 0,00
PATRIMONIO											
Capital	\$ 861.720,51	\$ 861.720,51	\$ 861.720,51	\$ 861.720,51	\$ 861.720,51	\$ 861.720,51	\$ 861.720,51	\$ 861.720,51	\$ 861.720,51	\$ 861.720,51	\$ 861.720,51
utilidades retenidas			\$ 416.704,65	\$ 887.626,52	\$ 1.462.146,16	\$ 2.105.326,52	\$ 2.858.485,15	\$ 3.681.867,74	\$ 4.620.057,08	\$ 5.613.109,35	\$ 6.636.640,09
Utilidad del Ejercicio		\$ 416.704,65	\$ 470.921,87	\$ 574.519,64	\$ 643.180,36	\$ 753.158,63	\$ 823.382,59	\$ 938.189,34	\$ 993.052,27	\$ 1.023.530,75	\$ 983.477,58
Venta de Activos											\$ 1.590.000,00
Recuperación de Capital de trabajo											\$ 33.864,00
TOTAL PATRIMONIO	\$ 861.720,51	\$ 1.278.425,16	\$ 1.749.347,02	\$ 2.323.866,67	\$ 2.967.047,03	\$ 3.720.205,66	\$ 4.543.588,25	\$ 5.481.777,59	\$ 6.474.829,85	\$ 7.498.360,60	\$ 10.105.702,18
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 3.446.882,02	\$ 3.717.167,88	\$ 4.023.916,32	\$ 4.414.354,98	\$ 4.851.132,81	\$ 5.372.860,68	\$ 5.936.749,38	\$ 6.583.978,76	\$ 7.250.789,47	\$ 7.908.518,82	\$ 10.105.702,18

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.8.1 Razones Financieras

7.8.1.1 Liquidez

El índice de liquidez indica con cuánto efectivo la empresa cuenta para cubrir sus deudas vigentes. A continuación se muestra el índice de liquidez de Residenza Boutique Hotel en la siguiente tabla.

Tabla 89 Índice de liquides

Índice										
Años	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Índice de Liquidez	3,05	5,46	7,71	9,58	11,27	12,58	13,73	14,54	14,99	

Elaborado por: el autor

Como se puede observar en la tabla el primer año la empresa cuenta con \$3,05 por cada dólar de deuda inmediata y ese valor se incrementa anualmente hasta llegar al periodo 9 donde la empresa deja de tener deudas vigentes.

7.8.1.2 Endeudamiento

El índice de endeudamiento como su nombre lo indica, se refiere a cuan endeudada se encuentra la empresa al finalizar un periodo en relación al patrimonio. Es decir por cada dólar de patrimonio que tiene la empresa, ésta tiene al primer año \$2,83 de deuda y se puede observar como ese valor disminuye a medida que pasan los periodos, debido a que se está cancelando la deuda, hasta llegar al punto en que al periodo #10 la empresa ya no está endeudada como lo muestra la tabla.

Tabla90 Índice de endeudamiento

Índice										
Años	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Índice de endeudamiento	2,83	2,64	2,43	2,19	1,92	1,62	1,28	0,90	0,48	

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.8.1.3 Rentabilidad

El índice de rentabilidad demuestra cuánto genera cada dólar de patrimonio en relación a las utilidades, es decir que al primer año por cada dólar que Residenza Boutique Hotel tiene de capital le genera \$0,33 como se muestra en la tabla.

Tabla 91 Índice de rentabilidad

Índice										
Años	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Índice de rentabilidad	0,33	0,27	0,25	0,22	0,20	0,18	0,17	0,15	0,14	0,10

Elaborado por: El autor

7.9 Conclusión Financiera

Se ha implementado el análisis financiero del trabajo de titulación de Residenza Boutique Hotel donde se ha determinado que el negocio es rentable viéndolo desde todos los puntos de vistas analizados en el capítulo, a pesar de que la inversión inicial para comenzar las operaciones del hotel son elevadas y de que se necesita un financiamiento a 10 años plazo, los indicadores demuestran que es un buen negocio ya que se cuenta con una TIR del 16% que está por encima de la tasa mínima aceptable requerida por los inversionistas y que el tiempo de recuperación de la inversión inicial es de 7 años 2 meses; tiempo prudente ya que se recupera la inversión incluso antes de terminar de pagar el préstamo a la Corporación Financiera Nacional y a pesar de todo, al final de cada periodo, desde el primer año de operación Residenza Boutique Hotel genera utilidades y una gran cantidad de flujos nominales que descontados a valor actual utilizando la TMAR para realizar dicho descuento, da como resultado un valor actual neto (VAN) de \$1'350.741,51 USD, siendo éste otro indicador que da fe de que el negocio es rentable y viable.

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 8

8 PLAN DE CONTINGENCIA

8.1 Plan de administración del riesgo

Residenza Boutique Hotel ha considerado implementar un plan de contingencia para contrarrestar el riesgo en un posible caso de que no se puedan llevar las actividades como se tiene planeado durante la vida del proyecto de este trabajo de titulación o en caso de que factores externos alteren las proyecciones del negocio, como se lo demuestra en la tabla de riesgos de la siguiente manera

Tabla 92 Riesgos

<i>TIPO DE RIESGO</i>	<i>EVENTO</i>
<i>MICRO</i>	Nuevas tasas de impuestos para turistas que ingresan a Ecuador. Cambio en las condiciones climáticas que impidan el ingreso de turistas extranjeros a Guayaquil. Agencias de viajes no quieran realizar alianzas estratégicas con Residenza Boutique Hotel y esto reduzca el ingreso de huéspedes al hotel. Nuevos entrantes en el mercado de hoteles boutique.
<i>MACRO</i>	Cambio de precios del mercado que obligue a bajar los precios del hotel. Variación del porcentaje de la tasa de impuesto a la renta en incremento. Variación del porcentaje de repartición de utilidades para los trabajadores en incremento. Decrecimiento de la tasa de turistas extranjeros que ingresan a la ciudad. Incremento de sueldos al 20% anualmente por disposición del estado. Variación de leyes constitucionales que impida el desarrollo de las actividades del hotel.

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

8.1.1 Principales riesgos

Residencia Boutique Hotel ha considerado como sus principales riesgos aquellos que puedan afectar directamente las actividades del hotel y los flujos financieros, que además puedan limitar las futuras estrategias de mejoramiento continuo que se hayan considerado en este trabajo de titulación.

La clasificación de estos riesgos han sido determinado de la siguiente manera:

Micro Riesgo.

Nuevas tasas de impuestos para turistas que ingresan a Ecuador.-

Este riesgo depende mucho del gobierno ecuatoriano, es evidente que los impuestos ayudan al desarrollo de cada país pero puede darse el caso de que el gobierno considere un impuesto para los turistas e influir de manera negativa en caso de que los turistas extranjeros vean ese tipo de impuestos como una barrera de entrada al Ecuador, lo que podría reducir a su vez de manera significativa el ingreso de turistas al país y por ende reducir el ingreso económico para el turismo incluyendo el de los hoteles.

Cambio en las condiciones climáticas que impidan el ingreso de turistas extranjeros a Guayaquil.-

Hoy en día el clima es muy impredecible y puede impedir que arriben vuelos a Guayaquil, es por esto que el cambio climático es un riesgo que siempre se debe considerar principalmente para quienes dependen mucho de los movimientos aeroportuarios incluyendo a Residencia Boutique Hotel, ya que la mayor parte de su mercado meta son los turistas extranjeros.

Agencias de viajes no quieran realizar alianzas estratégicas con Residencia Boutique Hotel y esto reduzca el ingreso de huéspedes al hotel.-

Puede darse el caso de que las agencias de viaje internacionales o nacionales no quieran realizar alianzas estratégicas con Residencia Boutique

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Hotel, esto representa un riesgo considerable ya que con las agencias turísticas se puede tener un mayor control de cuantas personas pueden visitar el hotel mensual y anualmente, además son un punto primordial dentro de la campaña de marketing de este trabajo de titulación.

Nuevos entrantes en el mercado de hoteles boutique.-

Este es un riesgo que debe ser considerado siempre, ya que como la tasa de crecimiento del turismo durante los últimos años ha sido del 11% como se lo demostró en el estudio de mercado de este trabajo de titulación, muchos inversionistas querrán implementar nuevos proyectos hoteleros en la ciudad de Guayaquil para satisfacer la demanda de turistas.

Macro Riesgo.

Cambio de precios del mercado que obligue a bajar los precios del hotel.-

Este riesgo puede darse dependiendo del mercado hotelero, si bajan los precios la mayoría de hoteles por diferentes motivos, esto obligara a Residenza Boutique Hotel a reducir sus precios a como lo indique el mercado para poder mantener la misma demanda de turistas, este cambio puede influir significativamente en las proyecciones de ventas del hotel ya que reduce los ingresos.

Variación del porcentaje de la tasa de impuesto a la renta en incremento.-

Puede darse el caso de que el gobierno ecuatoriano decrete un incremento en el porcentaje del impuesto a la renta, lo que reducirá las utilidades a fin de año y el flujo de efectivo del hotel, esto puede impedir el retorno de la inversión en el plazo que se tiene esperado.

Variación del porcentaje de repartición de utilidades para los trabajadores en incremento.-

De la misma manera que en el ítem anteriormente mencionado este riesgo debe considerarse, ya que si se incrementa el porcentaje de repartición

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

de utilidades para los trabajadores del hotel bajo un decreto de ley, se verán afectadas las utilidades y el flujo de efectivo al final de cada periodo, así como también se alargará el tiempo de retorno de la inversión inicial.

Decrecimiento de la tasa de turistas extranjeros que ingresan a la ciudad.-

Este es un factor externo que debe ser considerado como riesgo directo para el hotel, ya que si por cualquier motivo el ingreso de turistas extranjeros al país se reduce, puede influir significativamente de manera negativa para los ingresos del hotel y variar las proyecciones estimadas.

Incremento de sueldos al 20% anualmente por disposición del estado.-

Este factor puede darse por un decreto de ley por parte del gobierno de que anualmente se incrementen los sueldos y salarios en un 20%, lo que reducirá las utilidades del hotel ya que se incrementarán significativamente los gastos administrativos de este trabajo de titulación perjudicando económicamente al hotel y por ende se afectarán las utilidades, los flujos de efectivo y el tiempo de retorno de la inversión estimada.

Variación de leyes constitucionales que impida el desarrollo de las actividades del hotel.-

Puede darse el caso de que el gobierno decrete nuevas reformas a las leyes ya establecidas que afecten a las actividades del hotel directa o indirectamente y que puedan tener un impacto para el crecimiento de la empresa.

8.1.2 Reuniones para mitigar los riesgos

Residencia Boutique Hotel realizará reuniones periódicamente con los principales directivos y gerentes de la compañía para tomar medidas y actuar inmediatamente ante una futura amenaza que afecte a las operaciones del hotel, para de esta manera analizar la situación, tomar una decisión y hacer de conocimiento general para los trabajadores del hotel los nuevos cambios que se

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

apliquen en determinado periodo, para minimizar el riesgo de algún cambio en las actividades del hotel.

8.1.3 Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists)

En el caso de que se presente una situación de las mencionadas anteriormente se llamará inmediatamente a una reunión a los directivos y gerentes de Residenza Boutique Hotel en la cual se llevará a cabo una lluvia de ideas para encontrar una solución a la posible amenaza y que sea la mejor para todos quienes conforman la compañía de la siguiente manera.

- Reunir a los gerentes directivos del hotel.
- Designar un secretario para la reunión
- Plantear la posible amenaza.
- Escuchar la opinión de cada uno de los presentes.
- Discutir que opciones se pueden considerar.
- Deberán dar una idea de solución cada uno de los integrantes de la reunión.
- El secretario asignado de la reunión deberá tomar nota de todo lo expuesto anteriormente.
- Analizar los recursos con los que cuenta la compañía para afrontar esa posible amenaza.
- Analizar las mejores opciones de lo expuesto anteriormente y seleccionar dos para ponerlas a votación.
- La opción que más votos tenga será la que se empleará para contrarrestar la amenaza.
- Comunicar a todos los trabajadores del hotel lo decidido en la reunión.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

8.2 Planeación de la respuesta al riesgo

8.2.1 Monitoreo y control del riesgo

Residencia Boutique Hotel deberá realizar monitoreo periódicamente cada trimestre para evaluar los riesgos del momento y también aquellos futuros riesgos que se pueda afrontar en un corto plazo para buscar una solución inmediata y así no perjudicar el desarrollo de las operaciones o actividades del hotel.

8.2.2 Revisiones periódicas y evaluación del riesgo

La manera de monitorear estos riesgos será mediante la evaluación mensual que deberá realizar cada departamento y de ser necesario buscar una solución rápida y eficaz en caso de ser algo controlable para así evitar realizar reuniones para cada situación todos los meses. Los jefes de cada departamento deberán presentar un informe cada tres meses en la reunión de directivos. Será indispensable que cada jefe de departamento confié en su conocimiento y experiencia para dar una solución a estos riesgos controlables y solamente en caso de necesitar evaluar una situación exhaustivamente se convocará a reunión como se mencionó en los literales anteriores.

Se realizarán reuniones cada tres meses para evaluar el desempeño de cada departamento contra los riesgos suscitados por periodo y determinar quienes han sido más eficaces en la búsqueda de soluciones, resultados que servirán también para motivar a los empleados ya que se realizará un reconocimiento general ante todos los trabajadores del hotel del buen desempeño de labores del departamento con mayor porcentaje de eficacia, motivo por el cual recibirán bonificaciones.

8.2.3 Reporte del riesgo

Los reportes de riesgo deberán ser presentados por cada jefe de departamento dependiendo donde se haya suscitado el riesgo y tendrá que ser

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

bajo un informe escrito e impreso donde se explique cuáles fueron los acontecimientos o futuros acontecimientos que podrían perjudicar al hotel y cuales fueron o serán las soluciones para afrontar dichas eventualidades.

Además deberán presentar un informe general al finalizar cada trimestre de la misma manera detallando cada suceso presentado para luego exponerlo en la reunión de los directivos.

Cabe recalcar que cada departamento deberá estar informado con las noticias que ocurren en el país y en el extranjero en cuanto a turismo y otros temas que influyen en el hotel directa o indirectamente y además deberán realizar investigaciones de posibles cambios en cuanto a aranceles, tasas de interés, restricciones para turistas, entre otros temas para que puedan estar preparados ante cualquier situación.

8.2.4 Estrategias de Salida

Las estrategias de salida que utilizará Residenza Boutique Hotel para solucionar aquellos riesgos que puedan afectar al negocio a más de ayudar a posicionar la marca en el mercado, generar fidelización de clientes, aumentar los ingresos y mejorar el servicio serán:

- Realizar una campaña de publicidad y marketing constante.
- Lograr alianzas estratégicas que ayuden a fortalecer la imagen del hotel.
- Dar solución inmediata a los inconvenientes presentados.
- Brindar capacitaciones periódicas para que los trabajadores y directivos conozcan las actualizaciones de ley.

8.3 Plan de Contingencia y Acciones Correctivas

Residenza Boutique Hotel anteriormente analizó los posibles riesgos que pueden ocurrir en el transcurso de las operaciones del hotel por lo que ha considerado elaborar un plan de contingencia que permita estar preparados a

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

los trabajadores y directivos del hotel para cualquier adversidad y también para el momento de aplicar para las certificaciones ISO de calidad, responsabilidad social y gestión ambiental. Deberán aplicarse las acciones correctivas que estén implícitas en el proceso de estas certificaciones para corregir áreas que estén funcionando mal y que deban cambiar sus procesos, se aplicarán todas las correcciones pertinentes que permitan luego de los primeros 10 años de operaciones de Residenza Boutique Hotel obtener una certificación Internacional.

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 9

9 CONCLUSIONES

Se ha realizado un análisis de todos los objetivos planteados en los capítulos de este trabajo de titulación en los que Residenza Boutique Hotel ha sido evaluado para ver si es un proyecto rentable y viable. Por lo consiguiente se han determinado las siguientes conclusiones:

- Construir un hotel boutique en Guayaquil es posible en base al estudio que se ha realizado en este trabajo de titulación.
- De acuerdo a las variables macro y micro económicas del estudio realizado, la industria de turismo está en crecimiento en la ciudad de Guayaquil por lo que hay una gran oportunidad para implementar un nuevo hotel boutique y así poder satisfacer la demanda insatisfecha.
- Cada vez más turistas visitan el país con las características que Residenza Boutique Hotel tiene segmentado en su mercado meta.
- El nivel de aceptación de mercado referente a los hoteles boutique es satisfactorio ya que el 20% de los turistas que ingresan a Guayaquil están dispuestos a hospedarse en este tipo de hoteles.
- Entre las principales actividades que prefieren realizar los turistas que ingresan a Guayaquil de acuerdo al estudio de mercado, el 34% mencionó visitar los principales atractivos turísticos de la ciudad como primera opción, como segunda opción el 19% eligió ir a restaurantes mientras que en igual porcentaje con el 19% prefieren realizar actividades de relajación.
- El segmento de mercado para este trabajo de titulación son aquellos turistas nacionales y extranjeros de 35 años en adelante, de estrato socioeconómico medio – alto y alto
- El monto a invertir para el desarrollo de este trabajo de titulación es de \$3.446.882,02 USD, dicho monto será financiado en un 25% por los accionistas o socios y el 75% restante lo financiará la CFN (Corporación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Financiera Nacional) a una tasa de interés activa del 11,50% a diez (10) años plazo.

- El trabajo de titulación es rentable financieramente.
- El trabajo de titulación genera utilidades a partir del primer periodo de operaciones.
- La tasa mínima aceptable requerida por los inversionistas es menor a la TIR del proyecto.
- La TIR de este trabajo de titulación es del 16% y el tiempo de retorno de la inversión es de 7 años 2 meses.
- El tiempo de retorno de la inversión es menor al requerido por los inversionistas de acuerdo las proyecciones realizadas.
- El proyecto genera una utilidad adicional a la que exigen los inversionistas.
- El VAN (Valor Actual Neto) del trabajo de titulación es de \$1.349.103,48 USD.
- El comportamiento de la industria Hotelera se encuentra en crecimiento al igual que la industria turística en Guayaquil con un 4% de incremento anual, lo que significa que hay una gran oportunidad para poner en marcha este trabajo de titulación.
- Los competidores directos de Residencia Boutique Hotel son el Hotel Boutique Mansión del Río, Orilla del Río Hotel Boutique, Manso Boutique Hostal y Mc Suites Boutique, mientras que los competidores indirectos son Hotel Oro Verde, Hilton Colón, Courtyard Marriot, y el Hotel Sheraton.
- La cantidad de huéspedes que puede recibir Residencia Boutique Hotel anualmente es de 34.675 personas de acuerdo a su capacidad instalada.
- Los factores claves para el desarrollo y éxito de los hoteles boutique en Guayaquil es realizar buenas campañas publicitarias y alianzas estratégicas o convenios con agencias u operadoras turísticas y sobre todo brindar un excelente servicio para fidelizar clientes.
- El 63% de los turistas encuestados mencionaron conocer sobre los hoteles boutique y los servicios que brindan.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- El 46% de los turistas encuestados mencionaron que estarían dispuestos a pagar de \$100 a \$150 dólares por noche en un hotel boutique, mientras que el 39% dijo que de \$150 a \$200 por lo tanto, los precios establecidos para este trabajo de titulación se encuentran dentro de esos rangos.
- Residenza Boutique Hotel podría liderar el mercado de hoteles boutique en Guayaquil y expandirse hacia las principales ciudades del Ecuador si aplica correctamente las estrategias definidas en este trabajo de titulación.
- La marca Residenza Boutique Hotel estará posicionada en la mente de las personas en un largo plazo, es decir luego de expandir sus actividades.
- Las redes sociales serán una de las herramientas más fuertes de este trabajo de titulación para dar a conocer la marca del hotel.
- Las ventas del hotel se incrementarán en un 5% anualmente de acuerdo al estudio realizado.
- Residenza Boutique Hotel ya tiene definidas las herramientas a utilizar para alcanzar su mercado meta de acuerdo al análisis de este trabajo de titulación durante su elaboración.

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 10

10 RECOMENDACIONES

En base a los objetivos de este trabajo de titulación planteados a lo largo del documento se ha decidido implementar las siguientes recomendaciones.

- Debe cumplirse este trabajo de titulación a cabalidad para la puesta en marcha del hotel boutique.
- Hacer que los trabajadores den lo mejor de sí mismos para poder alcanzar los objetivos del hotel.
- Se recomienda ser agresivos en la campaña pre-operacional para captar la atención del mercado meta.
- Una vez en marcha el hotel, se deberán implementar estrategias y planificaciones para brindar servicios adicionales, de acuerdo a los resultados que dio el estudio de mercado en cuanto a las preferencias de los turistas.
- Deberá realizarse la gestión del financiamiento externo para la inversión inicial con 6 meses de anticipación a la etapa pre-operacional como mínimo.
- Mantenerse siempre al día con las actualizaciones de ley que se establezcan en la República del Ecuador.
- Hacer cumplir las obligaciones de los trabajadores.
- Los contratantes deberán cumplir con todos los beneficios de ley para sus trabajadores con la finalidad de evitar posibles demandas contractuales.
- Actualizar constantemente los permisos de funcionamiento del hotel y estar pendientes de alguna nueva disposición que pueda impedir el desarrollo de las actividades del hotel.
- Realizar estudios de mercado continuamente.
- Verificar que se cumpla una buena campaña de marketing para incrementar los ingresos del hotel anualmente.
- Capacitar constantemente a los encargados de realizar las campañas de marketing del Hotel.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Controlar que se cumplan los procesos de Residenza Boutique Hotel correctamente.
- Brindar charlas y seminarios para capacitar a todos los trabajadores del hotel de acuerdo a lo planeado en este trabajo de titulación.
- Verificar que se cumplan correctamente los informes financieros para poder tener control sobre los movimientos económicos del hotel y su situación financiera actualizada.
- Realizar auditorías periódicamente con la finalidad de que no se maneje una doble contabilidad en la compañía.
- Cumplir con los pagos de impuestos, tasas y obligaciones correspondientes a lo que determina la ley y realizarlos puntualmente.
- Evitar que los riesgos planteados en el análisis de sensibilidad como escenario pesimista ocurra durante la vida del proyecto, en caso de que ocurra algo así estar preparados con acciones inmediatas para contrarrestar el impacto que pueda causar en las operaciones del hotel.
- Actualizar constantemente el plan de contingencia con las disposiciones que imponen las autoridades del Ecuador y las internas del hotel.

CAPÍTULO 11

FUENTES

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 11

11 FUENTES

#8, M. C. (13 de Mayo de 2012). *Ecuador Legal Online*. Recuperado el 16 de Marzo de 2013, de <http://www.ecuadorlegalonline.com/biblioteca/mandato-constituyente-8-ecuador/>

Abad, R. (29 de Agosto de 2011). *Pymes y Autónomos*. Recuperado el 6 de Junio de 2013, de <http://www.microsoft.com/business/es-es/content/paginas/article.aspx?cbcid=466>

Affeld, M. (26 de Mayo de 2012). *Ehow en Español*. Recuperado el 6 de Junio de 2013, de [¿Cuáles son las funciones de un chef o cocinero?: http://www.ehowenespanol.com/cuales-son-funciones-chef-cocinero-info_77041/](http://www.ehowenespanol.com/cuales-son-funciones-chef-cocinero-info_77041/)

Ahumada, R. (23 de Junio de 2009). *Operar el Servicio al Huésped*. Recuperado el 3 de Junio de 2013, de <http://operarelservicioalhuesped.blogspot.com/2009/06/12-funciones-del-gerente-de-recepcion.html>

Antonio, J. (23 de Mayo de 2011). *Mesa y Bar*. Recuperado el 6 de Junio de 2013, de <http://mesabar-jorgeantonio.blogspot.com/2011/05/funciones-del-mesero.html>

Ariansen, J. (14 de Julio de 2010). *Gerencia*. Recuperado el 6 de Junio de 2013, de <http://gerencia.over-blog.com/categorie-11526248.html>

BCE. (abril de 2013). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 26 de Abril de 2013, de http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

BCE, B. C. (Junio de 2012). *Estadística Macroeconómicas Presentacion Conyuntual*. Recuperado el 24 de Febrerp de 2013, de <http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro062012.pdf>

Bracca, C. (4 de Mayo de 2012). *La Gerencia Moderna*. Recuperado el 5 de Junio de 2013, de <http://lagerenciamodernaenlasorganizaciones.blogspot.com/2012/05/gerente-de-recursos-humanos-y-sus.html>

Cabrera, A. (2011). *dspace.espol.edu.ec*. Recuperado el 24 de Mayo de 2013, de <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/19015/1/Articulo%20de%20tesis%20de%20grado%20de%20Antonella%20Cabrera.pdf>

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Cedeño, G. (4 de Agosto de 2009). *Comunicación Virtual*. Recuperado el 29 de Mayo de 2013, de <http://gabrielacedeno.blogia.com/2009/080402-funciones-de-un-relacionista-publico.php>

Colombia, P. (2004). *Pro export*. Recuperado el 24 de febrero de 2013, de <http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo8705DocumentNo7167.PDF>

Compañías, L. d. (13 de Mayo de 2012). *Ecuador Legal Online*. Recuperado el 16 de Marzo de 2013, de <http://www.ecuadorlegalonline.com/biblioteca/ley-de-companias/>

Cosoy, G. (13 de Junio de 2010). *Scribd.com*. Recuperado el 6 de Junio de 2013, de Manual de Análisis y Descripción de Puestos: <http://es.scribd.com/doc/32980669/Manual-de-Analisis-y-Descripcion-de-Puestos-Hotel-La-Palma>

Cruz, G. (31 de Julio de 2010). *Hotelería y Turismo Barranquilla Colombia*. Recuperado el 6 de Junio de 2013, de <http://mesabar1.blogspot.com/2010/07/brigada-del-comedor.html>

Cuadros, G. (24 de Marzo de 2011). *Labores y Funciones de los Gerentes de Logística*. Recuperado el 27 de Mayo de 2013, de <http://es.scribd.com/doc/51484867/1-GERENTE-LOGISTICO>

Diamond, A. (2012). *Ehow en Español*. Recuperado el 6 de Junio de 2013, de Descripción del trabajo de un asistente de cocina: http://www.ehowenespanol.com/descripcion-del-asistente-cocina-sobre_85416/

Díaz, M. (15 de Febrero de 2010). *Ehow Español*. Recuperado el 5 de Junio de 2013, de Descripción del puesto de Gerente de alimentos y bebidas: http://www.ehowenespanol.com/descripcion-del-puesto-gerente-alimentos-bebidas-como_183834/

E.Ynfante, R. (27 de Enero de 2009). *GestioPolis*. Recuperado el 25 de Abril de 2013, de <http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/capital-de-trabajo-en-administracion-financiera.htm>

Ecuador, P. (Mayo de 2011). *ProEcuador.com.ec*. Recuperado el 26 de Abril de 2013, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/06/PROECUADOR_IC_01-05.pdf

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ecuador.us. (16 de Marzo de 2008). *Ecuador.us*. Recuperado el 23 de Mayo de 2013, de http://www.ecuador.us/guayaquil/guayaquil/guayaquil_capital_economica_del_ecuador/Ecuadorinmediato.com. (Enero de 26 de 2013). *Ecuadorinmediato.com*. Recuperado el 22 de Abril de 2013, de http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=190067&umt=ecuador_triplica_ritmo_crecimiento_turistico_respecto_al_mundial

EcuadorInmediato.com. (2 de Marzo de 2013). *ecuadorinmediato.com*. Recuperado el 2 de Marzo de 2013, de Entrevista a Luis Falconí: http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=189518&umt=hemos_crecido_al_doble_tasa_mundial_turismo_asegura_viceministro_falconi_audio

Ehlers, F. (30 de Agosto de 2012). *Montañita.com*. Recuperado el 14 de Mayo de 2013, de <http://www.montanita.com/noticia-galapagos/ecuador-busca-proteger-islas-galapagos-su-mayor-atractivo-turistico/10760>

Enteratecuador.com. (2012). *Enterate Ecuador*. Recuperado el 13 de marzo de 2013, de <http://www.enteratecuador.com/archivos/21095>

Giraldo, O. L. (27 de octubre de 2012). Recuperado el 5 de marzo de 2013, de <http://www.slideshare.net/fjaramilloal/calculo-muestra1>

Guayaquil, J. G. (2011). *Carmax*. Recuperado el 5 de Marzo de 2013, de <http://www.carmaxrentacar.com/guia09.htm>

Guerrero, M. (21 de Octubre de 2011). *El Nuevo Empresario*. Recuperado el 24 de Febrero de 2013, de http://www.elnuevoempresario.com/noticias_91581_estudio-revela-falencias-tecnologicas-en-pequena-industria-hotelera-del-ecuador.php

Hidalgo, D. U. (2009). *Hoteles Ecuador.com*. Recuperado el 26 de Abril de 2013, de <http://www.hotelesecuador.com/disptxt.php?menu=17&submenu1=10&idiom=1>

Hora, L. (17 de Enero de 2012). *La Hora (economía)*. Recuperado el 26 de Abril de 2013, de La base para el impuesto a la herencia sube en 3.251 dólares en 2012: http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101268808/-1/La_base_para_el_impuesto_a_la_herencia_sube_en_3.251_d%C3%B3lares_en_2012.html#.UXq5X6Jg_Lo

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Hoy.com.ec. (31 de Enero de 2013). *Hoy.com.ec.* Recuperado el 26 de Abril de 2013, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-crecimiento-del-turismo-empuja-las-inversiones-en-el-sector-hotelero-572988.html>

Hoy.com.ec. (31 de Enero de 2013). *Hoy.Com.Ec.* Recuperado el 26 de Mayo de 2013, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-crecimiento-del-turismo-empuja-las-inversiones-en-el-sector-hotelero-572988.html>

Ibazeta, M. (11 de Septiembre de 2011). *Administración y Finanzas.* Recuperado el 4 de Junio de 2013, de <http://mibazeta.blogspot.com/2011/09/funciones-del-gerente-de-administracion.html>

INEC. (2011). *Instituto Nacional De Estadísticas y Censos.* Recuperado el 12 de marzo de 2013, de http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_content&view=article&id=210&Itemid=159&lang=es

Inmediato, E. (12 de Junio de 2012). *EcuadorInmediato.com.* Recuperado el 13 de Mayo de 2013, de http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=175248&umt=empezo_elaboracion_del_plan_maestro_para_diseno_del_nuevo_aeropuerto_guayaquil

Jezl. (2012). *Jezl Auditores.* Recuperado el 24 de Febrero de 2013, de http://www.jezl-auditores.com/index.php?option=com_content&view=article&catid=55&id=98&Itemid=71

Jimenez, R. (9 de Agosto de 2012). *Arquhys Arquitectura.* Recuperado el 23 de Mayo de 2013, de <http://www.arqhys.com/contenidos/hoteles-tipos.html>

José. (6 de Agosto de 2012). *Condes Fúcares.* Recuperado el 6 de Mayo de 2013, de <http://www.lacasadelosfucare.blogspot.com/>

LosRecursosHumanos.Com. (2008). *Los Recursos Humanos.Com.* Recuperado el 6 de Junio de 2013, de <http://www.losrecursoshumanos.com/contenidos/6579-mision-y-funciones-del-gerente-de-mantenimiento-de-un-hotel-5-estrellas.html>

LosRecursosHumanos.com. (2008). *LosRecursosHumanos.com.* Recuperado el 3 de Junio de 2013, de <http://www.losrecursoshumanos.com/contenidos/6469-mision-y-funciones-del-gerente-general-de-un-hotel-5-estrellas.html>

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Martell, M. D. (8 de Junio de 2006). *mailxmail.com*. Recuperado el 25 de Abril de 2013, de Fundamentos de los costos: <http://www.emagister.com/curso-fundamentos-costos/costo-produccion-esta-formado-tres-elementos-basicamente>

Morles, D. (24 de Mayo de 2012). *Mercado Digital.ES*. Recuperado el Abril de 25 de 2013, de <http://mercadeodigital.es/punto-equilibrio-costos-variables-fijos/>

Mundial, B. (23 de Noviembre de 2012). *El Banco Mundial*. Recuperado el 19 de Mayo de 2013, de <http://datos.bancomundial.org/indicador/IT.NET.USER.P2>

Negocios, C. (26 de Marzo de 2010). *CN Crece Negocios.com*. Recuperado el 22 de Mayo de 2013, de <http://www.crecenegocios.com/como-hallar-la-demanda-potencial/>

O., R. M. (7 de Enero de 2010). *Turismo ambiente y transporte aéreo*. Recuperado el 26 de Abril de 2013, de <http://www.ricardomedinao.com/marketing/la-actividad-hotelera-en-el-ecuador-un-estudio-y-una-publicacion/>

OPTUR. (marzo de 2013). *OPTUR Asociación Nacional de Operadores de turismo receptivo del Ecuador*. Recuperado el 12 de marzo de 2013, de <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>

Peña, L. D. (11 de Febrero de 2011). *Hoteles Boutique*. Recuperado el 28 de Enero de 2013, de <http://luzadrianadlpmtz.blogspot.com/2011/02/hoteles-boutique.html>

Risi, M. (28 de Enero de 2013). *Organización Mundial del Turismo*. Recuperado el 24 de Febrero de 2013, de <http://media.unwto.org/es/press-release/2013-01-29/el-turismo-internacional-mantendra-un-crecimiento-fuerte-en-2013>

Rueda, N. (8 de Marzo de 2011). *Scribd.com*. Recuperado el 5 de Junio de 2013, de <http://es.scribd.com/doc/61558844/Funciones-de-La-Camarera-de-Pisos-1>

S.A, R. (23 de Abril de 2013). *Rasonu Auditores y Consultores*. Recuperado el 26 de Abril de 2013, de http://www.rasonu.com.ec/index.php?option=com_remository&Itemid=108&func=startdown&id=22&lang=es

Saenz, D. (27 de Diciembre de 2012). *Análisis comparativo de inversión turística entre Ecuador Argentina Mexico*. Recuperado el 25 de Mayo de 2013, de <http://saenzdavid.wordpress.com/tag/turismo-en-el-ecuador-2012/>

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

SENAE. (16 de Noviembre de 2012). *Comercio Exterior Ecuador*. Recuperado el 26 de Marzo de 2013, de <http://comercioexteriorecuador.com/index.php/en/servicio-al-cliente/informativo-legal-de-comercio-exterior/item/304-infocomex-2012-075>

SENPLADES. (2012). *Plan Nacional Del Buen Vivir*. Recuperado el 6 de Mayo de 2013, de <http://plan.senplades.gob.ec/objetivo-11>

SINDE. (2013). *Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Recuperado el 6 de Mayo de 2013, de http://www2.ucsg.edu.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=8&Itemid=805

SRI. (2012). *Servicio de Rentas Internas*. Recuperado el 25 de Abril de 2013, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/67?jsessionid=F85A97BEE5D23B41BC08E3C971427923.sriint>

Trabajo, C. d. (2 de Enero de 2012). *Ecuador Legal Online*. Recuperado el 16 de Marzo de 2013, de <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/codigo-de-trabajo/>

Turismo, L. O. (7 de Mayo de 2012). *Ricardo Medina O*. Recuperado el 9 de Junio de 2013, de <http://ricardomedinao.files.wordpress.com/2012/05/proyecto-ley-orgc3a1nica-turismo-1-dat2.pdf>

turismo, M. d. (Enero de 2011). *Turismo, Ambiente y transporte aéreo*. Recuperado el 14 de marzo de 2013, de Barómetro Turístico del Ecuador volumen 1.: <http://blog.espol.edu.ec/ricardomedina/2011/02/02/crean-barometro-para-el-turismo-del-ecuador/>

Vela, C. (septiembre de 2012). *Bienes Raíces CLAVE*. Recuperado el 12 de abril de 2013, de <http://www.clave.com.ec/index.php?idSeccion=781>

Veras, M. (23 de Febrero de 2009). *Emagister*. Recuperado el 29 de Mayo de 2013, de <http://www.emagister.com/curso-recepcionista/secretaria-recepcionista>

Villacís, B. (20 de Abril de 2011). *inec.com.ec*. Recuperado el 16 de Marzo de 2013, de http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=325%3Ataller-cpvf-guayaquil&catid=68%3Aboletines&Itemid=51&lang=es

CAPÍTULO 12

ANEXOS

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 12

12 ANEXOS

Anexo 1

Contrato de Prestación de Servicios.

Comparecen a la suscripción del presente Contrato, por una parte, la compañía RESIDENZA S.A., legalmente representada, en su calidad de PRESIDENTE, por ANDRÉS FERNANDO NAVARRETE DELGADO a quien en adelante y para efectos de este Contrato se lo denominará “EL CONTRATANTE” ; por otra parte la EMPRESA PASTELES & COMPAÑÍA PASTELICON S.A, con RUC No 0990775915001, domiciliada en el C.C. Policentro Lc 102 en la ciudad de Guayaquil, por sus propios y personales derechos, a quien en adelante se lo denominará “EL PROVEEDOR”. Los comparecientes en pleno goce de su capacidad civil pueden ejercer derechos y contraer obligaciones; quienes libre y voluntariamente, convienen en la celebración de este contrato, contenido en las cláusulas que se detallan a continuación:

COMPARECIENTES.

La EMPRESA PASTELES & COMPAÑÍA PASTELICON S.A en su calidad de PASTELERÍA, por medio de este instrumento, proveerá los productos de postres y panes frescos y a el señor ANDRES FERNANDO NAVARRETE DELGADO, a nombre y representación de RESIDENZA S.A. en su calidad de PRESIDENTE.

PRIMERA.-ANTECEDENTES.-

a) RESIDENZA S.A., es una persona jurídica, legalmente constituida, domiciliada en la ciudad de Guayaquil cuya actividad comercial es brindar el servicio de hospedaje y dentro de sus actividades secundarias tiene la de servicio de restaurante donde vende desayunos, almuerzos, meriendas, platos a la carta tradicionales de Guayaquil, bebidas y postres. Para tal efecto requiere contratar los servicios de un proveedor calificado para el área de repostería y panadería del restaurante del hotel.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

b) EL PROVEEDOR, se dedica a la producción y venta de productos de pastelería, panadería, sanduchería, productos de dulce y de sal, café, té, chocolate, yogurt, jugos, colas, batidos y otros productos afines domiciliada en la ciudad de Guayaquil, es así que, manifiesta su deseo de proveer sus productos a la empresa CONTRATANTE.

SEGUNDA.- OBJETO.-

Mediante el presente documento, EL PROVEEDOR se compromete a proveer sus productos de pastelería y repostería a EL CONTRATANTE, el cual lo debe realizar de conformidad con las condiciones y cláusulas del presente documento.

TERCERA: PROCEDIMIENTO.-

EL PROVEEDOR abastecerá de sus productos a EL CONTRATANTE cada día a las 06H00 AM para que los productos sean frescos en el caso de los panes y los postres cada domingo, EL PROVEEDOR deberá entregar los productos bajo pedido que realice el restaurante del hotel con dos días de anticipación caso contrario no se entregarán los productos, deberá proveer cada pedido sin importar la cantidad de los productos según el informe del restaurante del hotel , si en caso El CONTRATANTE desee proveerse de más productos antes de la fecha de abastecimiento, este tendrá que comunicar el pedido vía telefónica especificando tipo y volumen de productos a requerir.

“El Contratante” hará uso de los productos entregados por “El Proveedor” cuando un representante de RESIDENZA S.A. esté satisfecho con la calidad del producto.

CUARTA.- PRECIO

El Precio final de los productos tiene que ser un acuerdo entre las partes y este será el mismo que este en el mercado, el precio pactado entre El Contratante y El Proveedor será de un treinta por ciento menos que el precio final.

Una vez cada tres meses, “El Proveedor” enviará a “El Contratante” una lista de precios de todos los productos, para que tenga conocimiento si hubiere un cambio.

QUINTA.- FORMA DE PAGO

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

El CONTRATANTE deberá pagar los productos semanalmente a EL PROVEEDOR, cada lunes siguiente a la fecha de entrega de los productos dentro de una misma semana.

SEXTA.- PLAZO

Este contrato estará vigente por el plazo de UN AÑO contados a partir de la fecha de suscripción del mismo. Queda constancia que la comercialización no tiene el carácter de exclusiva entre las partes.

SEPTIMA.- TERMINACIÓN ANTICIPADA

El contrato terminará habiéndose cumplido el plazo acordado. Siempre y cuando una de las partes decida dar por terminado el contrato, motivo por el cual deberá informar por medio de un escrito a la otra parte de que no habrá renovación, de no ser así se entenderá que se renueva por un tiempo igual al plazo acordado anteriormente. Si cambian las condiciones por la cual se celebraron este contrato se dará por terminado inmediatamente.

OCTAVA.- SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

Si surge un conflicto entre ambas partes, se procederá al arbitraje del Centro de Arbitraje de la Cámara Ecuatoriana Americana para solucionar el problema o dar por terminada la relación contractual.

NOVENA: ACEPTACIÓN Y RATIFICACIÓN

Las partes contratantes aceptan y ratifican todas y cada una de las cláusulas precedentes por así convenir a sus legítimos intereses firmando para constancia y validez lo hacen en unidad de acto, ante la autoridad competente de contrato civil quien certifica, en un original y dos copias de igual tenor, en esta ciudad de Guayaquil, a los días del mes de..... del año 2.013

Residenza S.A

Representante Legal

Andrés Fernando Navarrete Delgado.

C. Cl. No. 092396395-3

Ciudad: Guayaquil

EL CONTRATANTE

PASTELICON S.A

RUC No 0990775915001

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

Anexo 2

Formato de la encuesta.

Solicito su amable colaboración para responder las preguntas de esta encuesta.
Por favor marque con una “X” en el espacio que corresponda a su respuesta y
seleccione una sola opción por pregunta.

1. Género.

Masculino ____

Femenino. ____

2. Edad.

De 18 a 25 años ____

De 26 a 45 años ____

De 45 años en adelante ____

3. Estado civil.

Soltero ____

Casado ____

Divorciado ____

Viudo ____

4. Ocupación.

Estudiante ____

Empleado ____

Profesional ____

Ama de Casa ____

Negocio Propio ____

Jubilado ____

Otro ____ Mencione cual _____

5. Seleccione su lugar de residencia.

Europa ____

Norteamérica ____

Sudamérica ____

Centroamérica ____

Asia ____

África ____

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

6. ¿Conoce usted qué es un Hotel Boutique?

Si _____ No _____

7. Seleccione el motivo de su visita a la ciudad de Guayaquil.

Vacaciones _____

Negocios _____

Turismo _____

Visita a familiar o amigo _____

Otro _____ Mencione cual _____

8. ¿Dónde se hospeda habitualmente durante su visita a otra ciudad o país?

Si se hospeda en hoteles de categorías por estrellas escriba el número de la categoría dentro del paréntesis del 1-5 caso contrario marque con una “X” en el espacio del lugar donde se hospeda.

Hotel por estrellas () _____

Hostal _____

Hotel Boutique _____

Resorts _____

Casa propia _____

Casa de amigos o familiares _____

Otros _____ mencione cual _____

9. En una escala del 1 al 5, por favor enumere usted siendo el 1 lo más importante y el 5 lo menos importante.

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

¿Qué factores considera usted más importante al momento de elegir dónde hospedarse?

Tarifa _____
Ubicación _____
Servicio _____
Instalaciones _____
Alimentos _____

10. ¿Cuánto suele gastar en promedio (por noche) en hospedaje en el lugar que seleccionó en la pregunta número 8?

Nada _____
De \$10 a \$50 _____
De \$50 a \$100 _____
De \$100 a \$150 _____
De \$150 a \$200 _____
De \$200 a \$250 _____
De \$250 a \$300 _____
Más de \$300 _____

11. En una escala del 1 al 7, por favor enumere usted siendo el 1 lo más importante y el 7 lo menos importante. ¿Cuál de las siguientes actividades le gusta realizar durante su visita a otras ciudades o países?

Visitar los principales sitios turísticos de la ciudad _____
Deporte y aventura _____
Actividades nocturnas _____
Actividades relacionadas con la naturaleza _____
Disfrutar con amigos _____
Ir a restaurantes _____
Relajación _____

Si usted contestó afirmativamente la pregunta número 6 por favor conteste las siguientes preguntas caso contrario la encuesta ha finalizado.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- ¿Se ha alojado alguna vez en un Hotel Boutique?

Si _____ No _____

Si contestó afirmativamente la pregunta anterior conteste las siguientes preguntas caso contrario la encuesta ha finalizado.

- Enumere del 1 al 7 lo que usted considera más importante siendo el 1 lo más importante y el 7 lo menos importante. ¿Cuáles son los atributos que usted más valora de un hotel Boutique?

Pocas habitaciones _____

Servicio personalizado _____

Infraestructura especial _____

Su temática _____

Spa y masajes de relajación _____

Privacidad _____

Diferenciación de otros hoteles. _____

- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una noche en un hotel boutique?

De \$50 a \$100 _____

De \$100 a \$150 _____

De \$150 a \$200 _____

De \$200 a \$250 _____

De \$250 a \$300 _____

Más de \$300 _____

- ¿Estaría usted dispuesto a comprar artículos de recuerdo que se venden en los hoteles boutique?

Si _____ No _____

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

Anexo 3

Código de ética

Código de conducta de los Trabajadores de Residencia Boutique Hotel.

Residencia Boutique Hotel, consta de personas preparadas para ofrecer un servicio de calidad a todos sus huéspedes, con una amplia organización en las distintas áreas con respecto a servicio al cliente y atención personalizada.

Cada uno de los integrantes de Residencia Boutique Hotel posee valores éticos sólidos, fomentados desde el seno del hogar; los cuales, gracias a la colaboración de algunos directivos se han ido nutriendo a través de charlas, capacitaciones y seminarios motivacionales, con un alto nivel educativo, con la finalidad de que se pongan en práctica dentro del transcurso de sus labores y experiencias trabajando para esta prestigiosa compañía.

¿Quién debe seguir este código?

Todos los trabajadores de la Residencia Boutique Hotel que se encuentren prestando sus servicios para el desarrollo de las funciones del hotel en todas sus áreas, sin importar en qué cargo se encuentre cada uno, desde los más jóvenes y nuevos en el hotel hasta los que ya tienen mayor experiencia y trayectoria en la compañía.

Nuestros Valores.

Residencia Boutique Hotel es un hotel que se esfuerza día con día, para ofrecer un mejor servicio a cada uno de los clientes que se hospedan en él, en

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

búsqueda de una atención personalizada y de alta calidad. A través de su creación y conforme ha pasado el tiempo Residenza Boutique Hotel ha ido mejorando el desempeño de sus actividades y la calidad de su servicio y es por ello que ha considerado una serie de valores a seguir para sus trabajadores con la finalidad de que el servicio mejore continuamente.

1.- CALIDAD: En cada una de las áreas de ámbitos profesionales y personales al realizar cada uno de los proyectos propuestos por cada departamento.

2.- JUSTICIA: Hacia todos los colaboradores, compañeros y personal en preparación, tanto en el trato, como en la asignación de actividades a realizar.

3.- INNOVACIÓN: Cada uno de los directivos encargados de distintas áreas deben realizar nuevos proyectos con la finalidad de que los trabajadores o colaboradores de sus departamentos cumplan con sus objetivos y logren terminar esos proyectos cada mes para mejorar la calidad del servicio y la calidad operacional del hotel, cada trabajador debe tener una alta preparación para el cumplimiento de nuevas estrategias y de nuevos métodos de trabajo, deberán también asistir a todas las capacitaciones que dispongan los directivos del hotel o sus superiores directos.

4.- PUNTUALIDAD: Los trabajadores deben ser puntuales con los horarios de trabajo establecidos en el contrato y en el reglamento interno de la compañía, deberán marcar la hora de entrada y salida en el reloj de asistencia con huella dactilar que se encuentra en el departamento de gestión humana, además se ha incrementado en cada departamento nuevas técnicas para obtener un alto rendimiento en la entrega de los trabajos o reportes solicitados ya sea por directivos o superiores directos de cada trabajador donde será primordial la puntualidad en dichas entregas.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.- COHERENCIA: Entre los que se comprometen con la comunidad y con cada uno de los trabajadores del hotel a desarrollar cada una de las asignaciones a las que se enfocan, lo que efectúan como trabajo finalizado, aplicado por cada departamento.

6.- COMUNICACIÓN: Constante y efectiva, entre todos los miembros que forman parte de Residenza Boutique Hotel, así como con los trabajadores, directivos compañeros y amigos de esta gran compañía.

7.- CONFIANZA: En que se realizaran las labores de la mejor manera, con la finalidad de satisfacer a las personas que se encuentran involucradas en los distintos proyectos a realizar.

8.- COMPROMISO: Con Residenza Boutique Hotel y con los clientes a los cuales está dirigido, para brindarles el mejor de los servicios, con una alta calidad y responsabilidad.

Propósito de este código.

El propósito de este código es satisfacer las necesidades de la comunidad y a su vez realizar mejoras continuas del estudio y capacitaciones que se llevan a cabo en Residenza Boutique Hotel con el fin de entregar a los clientes personas capaces de resolver problemas en cada uno de los ámbitos vistos con anterioridad y el mejor de los servicios en cuanto a hospedaje se refiere.

Alcance de este código.

Una de las principales cosas que se desea llevar a cabo con este código es observar las fallas que tiene la empresa para lograr una corrección pronta de la misma.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Incrementar el nivel de la calidad de servicio ofrecido y del desarrollo de las actividades internas del hotel, tener personas preparadas para enfrentarse en el ámbito hotelero y en el ámbito personal con la sociedad.

Normas éticas.

Respeto. Siendo un pilar fundamental en los valores y preparación de cada uno de los integrantes, es preciso resaltar que la compañía estará mejorando constantemente estos valores.

Manejo de información .La información de la institución, es únicamente manipulada y corregida por los integrantes que la forman ya que las mejoras son planteadas por cada uno de ellos acorde a lo vivido, para un mejoramiento continuo.

Protección. El personal que es parte de Residenza Boutique Hotel ya sea éste trabajador, personal administrativo o directivo del hotel es responsable de la custodia, salvaguardar el bienestar de cada uno de las personas que se encuentran a su alrededor, al igual de los bienes que posee y que forman parte de la compañía.

Sistema de denuncias. Todos quienes forman parte de Residenza Boutique Hotel, deben reportar en caso de que no se cumpliera con lo estipulado en este código.

Cada una de las denuncias será confidencial y así se mejorará constantemente.

Sanciones.- Las violaciones a este Código serán objeto de sanciones, siendo éstas sanciones desde una multa monetaria hasta la suspensión de las actividades del trabajador, por el incumplimiento estipulado en este código.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Anexo 4

Tabla93 gastos proyectados

					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GASTOS ADMINISTRATIVOS					265.104,70	316.357,45	359.243,59	407.527,80	462.706,58	524.800,54	596.997,69	679.647,55	772.684,21	879.518,99
Sueldos y salarios					183.024,00	210.477,60	242.049,24	278.356,63	320.110,12	368.126,64	423.345,63	486.847,48	559.874,60	643.855,79
Beneficios sociales					41.701,18	62.466,15	71.866,29	81.915,15	93.398,23	106.523,35	121.528,79	138.687,73	158.313,47	180.765,33
Aporte patronal					20.407,18	23.468,25	26.988,49	31.036,76	35.692,28	41.046,12	47.203,04	54.283,49	62.426,02	71.789,92
Décimo tercer sueldo					15.252,00	17.539,80	20.170,77	23.196,39	26.675,84	30.677,22	35.278,80	40.570,62	46.656,22	53.654,65
Décimo cuarto sueldo					6.042,00	6.646,20	7.310,82	8.041,90	8.846,09	9.730,70	10.703,77	11.774,15	12.951,56	14.246,72
Fondos de reserva						6.042,00	7.310,82	8.041,90	8.846,09	9.730,70	10.703,77	11.774,15	12.951,56	14.246,72
Vacaciones						8.769,90	10.085,39	11.598,19	13.337,92	15.338,61	17.639,40	20.285,31	23.328,11	26.827,32
Mantenimiento de equipos					2.400,00	2.496,00	2.595,84	2.699,67	2.807,66	2.919,97	3.036,77	3.158,24	3.284,57	3.415,95
Varios					6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	4.995,20	4.995,20	4.995,20	4.995,20	4.995,20
Suministros de oficina					3.659,52	3.842,50	4.034,62	4.236,35	4.448,17	4.670,58	4.904,11	5.149,31	5.406,78	5.677,12
SERVICIOS BÁSICOS					28.320,00	31.075,20	32.697,60	34.320,00	35.942,40	37.564,80	39.187,20	40.809,60	40.809,60	40.809,60
Gasto de servicios básicos por capacidad			Mensual	Anual										
Luz	100%	1.500,00	18.000,00		10.800,00	11.700,00	12.600,00	13.500,00	14.400,00	15.300,00	16.200,00	17.100,00	17.100,00	17.100,00
Agua	100%	800,00	9.600,00		5.760,00	6.240,00	6.720,00	7.200,00	7.680,00	8.160,00	8.640,00	9.120,00	9.120,00	9.120,00
Teléfono	100%	\$ 300,00	3.600,00		2.160,00	2.340,00	2.520,00	2.700,00	2.880,00	3.060,00	3.240,00	3.420,00	3.420,00	3.420,00
Internet y tv cable	100%	800,00	9.600,00		9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00
INCREMENTO ANUAL DE SERVICIOS BÁSICOS														
Luz						12.168,00	13.104,00	14.040,00	14.976,00	15.912,00	16.848,00	17.784,00	17.784,00	17.784,00
Agua						6.489,60	6.988,80	7.488,00	7.987,20	8.486,40	8.985,60	9.484,80	9.484,80	9.484,80
Teléfono						2.433,60	2.620,80	2.808,00	2.995,20	3.182,40	3.369,60	3.556,80	3.556,80	3.556,80
Internet y tv cable				4%		9.984,00	9.984,00	9.984,00	9.984,00	9.984,00	9.984,00	9.984,00	9.984,00	9.984,00
GASTOS OPERACIONALES					20.460,00	21.278,40	22.129,54	23.014,72	23.935,31	24.892,72	25.888,43	26.923,96	28.000,92	29.120,96
Seminarios de servicio al cliente					8.370,00	8.704,80	9.052,99	9.415,11	9.791,72	10.183,38	10.590,72	11.014,35	11.454,92	11.913,12
Seminarios de Marketing					5.580,00	5.803,20	6.035,33	6.276,74	6.527,81	6.788,92	7.060,48	7.342,90	7.636,62	7.942,08
Seminarios de responsabilidad ambiental y social					6.510,00	6.770,40	7.041,22	7.322,86	7.615,78	7.920,41	8.237,23	8.566,72	8.909,38	9.265,76

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Anexo 5
Tabla 94 de depreciación

GASTOS A DEPRECIAR													Recuperación de Activos	
ACTIVOS FIJOS SUJETOS A DEPRECIACIÓN			% de Depreciación	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9		AÑO 10
DESCRIPCIÓN	VALOR	%												
Vehículo	\$ 79.980,00	100,00%	20%	15.996,00	15.996,00	15.996,00	15.996,00	15.996,00						0,00
Maquinaria y equipo	\$ 164.615,99	100,00%	10%	16.461,60	16.461,60	16.461,60	16.461,60	16.461,60	16.461,60	16.461,60	16.461,60	16.461,60	16.461,60	0,00
Equipos de cómputo	\$ 28.532,64	100,00%	33,33%	9.509,93	9.509,93	9.509,93								0,00
Muebles y enseres	\$ 127.004,43	100,00%	10%	12.700,44	12.700,44	12.700,44	12.700,44	12.700,44	12.700,44	12.700,44	12.700,44	12.700,44	12.700,44	0,00
Edificio	\$ 2.730.000,00	50,00%	5%	136.500,00	136.500,00	136.500,00	136.500,00	136.500,00	136.500,00	136.500,00	136.500,00	136.500,00	136.500,00	1.365.000,00
TOTAL				191.167,97	191.167,97	191.167,97	181.658,04	181.658,04	165.662,04	165.662,04	165.662,04	165.662,04	165.662,04	1.365.000,00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA				191.167,97	382.335,94	573.503,91	755.161,95	936.820,00	1.102.482,04	1.268.144,08	1.433.806,12	1.599.468,16	1.765.130,21	

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Anexo 6

Tabla 95 Gastos a Amortizar

GASTOS A AMORTIZAR													
ACTIVOS DIFERIDOS SUJETOS A AMORTIZACION			% de Amortización	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
DESCRIPCIÓN	VALOR	%											
Gastos pre-operacionales	57.580,00	100%	10%	5.758,00	5.758,00	5.758,00	5.758,00	5.758,00	5.758,00	5.758,00	5.758,00	5.758,00	5.758,00
			AMORTIZACIÓN ACUMULADA	5.758,00	11.516,00	17.274,00	23.032,00	28.790,00	34.548,00	40.306,00	46.064,00	51.822,00	57.580,00

Elaborado por: El autor

CAPÍTULO 13

MATERIAL COMPLEMENTARIO

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 13

13 MATERIAL COMPLEMENTARIO

Tabla 96 Gastos de Marketing Mensuales

	GASTOS MARKETING MENSUALES												
<u>Gastos de Marketing</u>	<u>Enero</u>	<u>Febrero</u>	<u>Marzo</u>	<u>Abril</u>	<u>Mayo</u>	<u>Junio</u>	<u>Julio</u>	<u>Agosto</u>	<u>Septiembre</u>	<u>Octubre</u>	<u>Noviembre</u>	<u>Diciembre</u>	<u>ANUAL</u>
Fundas de productos con marca del hotel	\$ 100,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 100,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 200,00
Tarjetas de programa de recompensas	\$ 100,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 100,00
Publicidad en cines	\$ 0,00	\$ 833,33	\$ 0,00	\$ 833,33	\$ 0,00	\$ 833,33	\$ 0,00	\$ 833,33	\$ 0,00	\$ 833,33	\$ 0,00	\$ 833,33	\$ 5.000,00
Prensa escrita	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 3.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 3.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 3.000,00	\$ 9.000,00
Videos publicitarios	\$ 100,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 100,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 200,00
Premios y promociones	\$ 0,00	\$ 166,67	\$ 0,00	\$ 166,67	\$ 0,00	\$ 166,67	\$ 0,00	\$ 166,67	\$ 0,00	\$ 166,67	\$ 0,00	\$ 166,67	\$ 1.000,00
Publicidad en el extranjero	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00
Banners	\$ 50,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 50,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 50,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 150,00
Contratación de Mimo	\$ 60,00	\$ 0,00	\$ 60,00	\$ 0,00	\$ 60,00	\$ 0,00	\$ 60,00	\$ 0,00	\$ 60,00	\$ 0,00	\$ 60,00	\$ 0,00	\$ 360,00
Ferias temáticas	\$ 0,00	\$ 500,00	0	\$ 500,00	\$ 0,00	\$ 500,00	\$ 0,00	\$ 500,00	\$ 0,00	\$ 500,00	\$ 0,00	\$ 500,00	\$ 3.000,00
Total	\$ 2.410,00	\$ 3.500,00	\$ 2.060,00	\$ 6.500,00	\$ 2.110,00	\$ 3.500,00	\$ 2.260,00	\$ 6.500,00	\$ 2.110,00	\$ 3.500,00	\$ 2.060,00	\$ 6.500,00	\$ 43.010,00

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 97 Gastos Administrativos Mensuales

GASTOS ADMINISTRATIVOS MENSUALES													
Gastos Administrativos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	ANUAL
Sueldos y Salarios	\$ 15.252,00	\$ 15.252,00	\$ 15.252,00	\$ 15.252,00	\$ 15.252,00	\$ 15.252,00	\$ 15.252,00	\$ 15.252,00	\$ 15.252,00	\$ 15.252,00	\$ 15.252,00	\$ 15.252,00	\$ 183.024,00
Servicios Básicos	\$ 2.360,00	\$ 2.360,00	\$ 2.360,00	\$ 2.360,00	\$ 2.360,00	\$ 2.360,00	\$ 2.360,00	\$ 2.360,00	\$ 2.360,00	\$ 2.360,00	\$ 2.360,00	\$ 2.360,00	\$ 28.320,00
Suministros de Oficina	\$ 304,96	\$ 304,96	\$ 304,96	\$ 304,96	\$ 304,96	\$ 304,96	\$ 304,96	\$ 304,96	\$ 304,96	\$ 304,96	\$ 304,96	\$ 304,96	\$ 3.659,52
Beneficios Sociales	\$ 3.475,10	\$ 3.475,10	\$ 3.475,10	\$ 3.475,10	\$ 3.475,10	\$ 3.475,10	\$ 3.475,10	\$ 3.475,10	\$ 3.475,10	\$ 3.475,10	\$ 3.475,10	\$ 3.475,10	\$ 41.701,18
Mantenimiento de equipos	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Varios	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Total	\$ 22.092,06	\$ 265.104,70											

Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 98 Gastos operacionales mensuales

GASTOS OPERATIVOS													
<u>Gastos operativos</u>	<u>Enero</u>	<u>Febrero</u>	<u>Marzo</u>	<u>Abril</u>	<u>Mayo</u>	<u>Junio</u>	<u>Julio</u>	<u>Agosto</u>	<u>Septiembre</u>	<u>Octubre</u>	<u>Noviembre</u>	<u>Diciembre</u>	<u>ANUAL</u>
Seminarios de servicio al cliente	1395	0	1395	0	1395	0	1395	0	1395	0	1395	0	\$ 8.370,00
Seminarios de Marketing	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.395,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.395,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.395,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.395,00	\$ 5.580,00
Seminarios de responsabilidad ambiental y social	\$ 0,00	\$ 1.085,00	\$ 0,00	\$ 1.085,00	\$ 0,00	\$ 1.085,00	\$ 0,00	\$ 1.085,00	\$ 0,00	\$ 1.085,00	\$ 0,00	\$ 1.085,00	\$ 6.510,00
TOTAL	\$ 1.395,00	\$ 1.085,00	\$ 2.790,00	\$ 1.085,00	\$ 1.395,00	\$ 2.480,00	\$ 1.395,00	\$ 1.085,00	\$ 2.790,00	\$ 1.085,00	\$ 1.395,00	\$ 2.480,00	\$ 20.460,00

Elaborado por: El autor

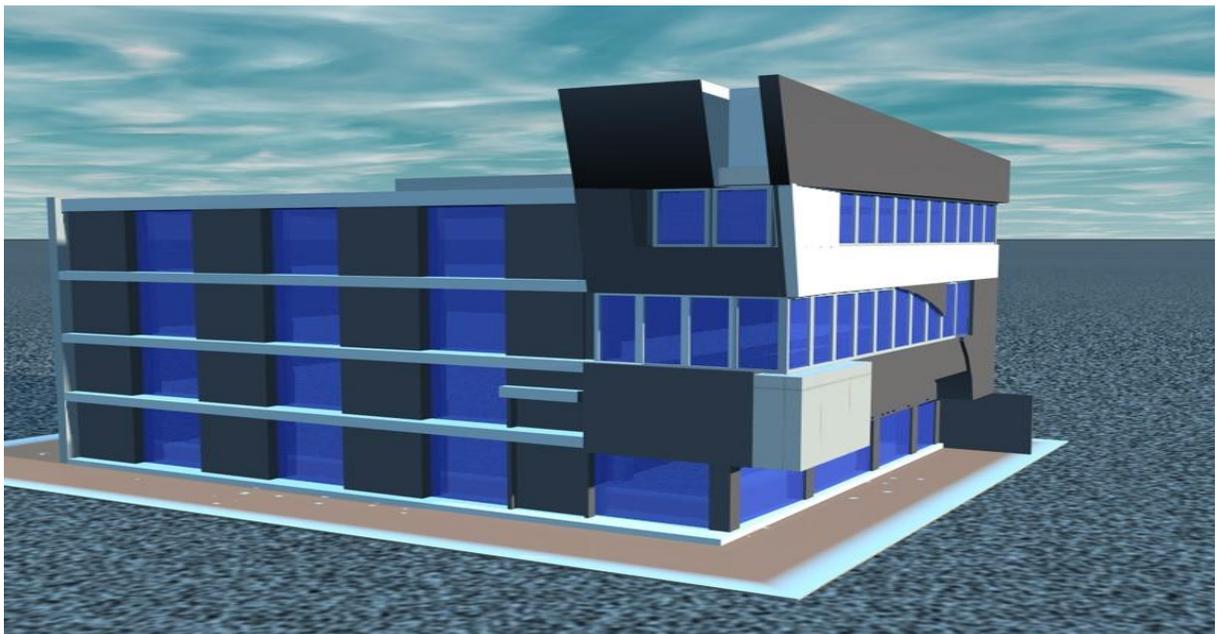
“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 32 Diseño del Edificio



Elaborado por: El autor

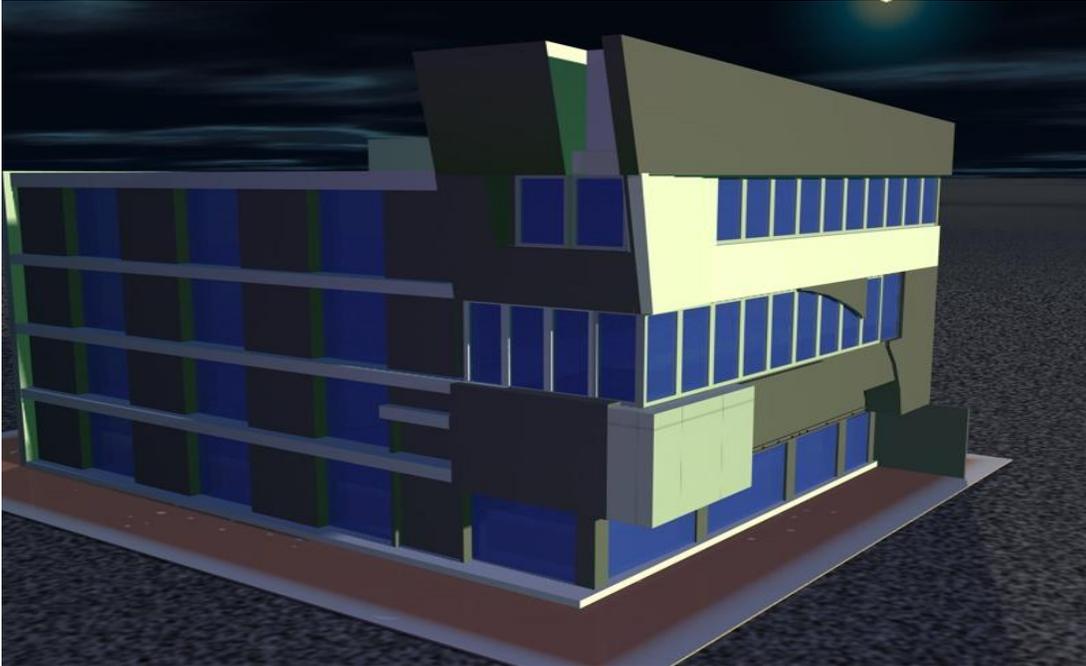
Ilustración 33 Diseño lateral del edificio



Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 34 Vista nocturna del edificio



Elaborado por: El autor

Ilustración 35 Banner



Elaborado por: El autor

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

Ilustración 36 Bolsas del hotel



Elaborado por: El autor

Ilustración 37 Tarjeta programa de recompensas



Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 38 Publicidad para periódicos



Precios de habitaciones

TIPO	PRECIO	DESCUENTO % APARTIR DE LA SEGUNDA NOCHE	DESCUENTO clientes V.I.P.
Habitación sencilla (1 cama Queen)	\$ 100,00	5 %	15 %
Habitación doble (2 camas Queen)	\$ 145,00	5 %	15 %
Habitación matrimonial (1 cama King size)	\$ 140,00	5 %	15 %
Habitación Familiar (1 cama King size 2 camas Queen)	\$ 155,00	5 %	15 %
Suite (1 cama King size)	\$ 170,00	5 %	15 %
Suite Presidencial (1 cama de 3 plazas)	\$ 225,00	5 %	15 %

Elaborado por: El autor

Ilustración 39 Entrada de habitación



Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 40 Habitación 1



Elaborado por: El autor

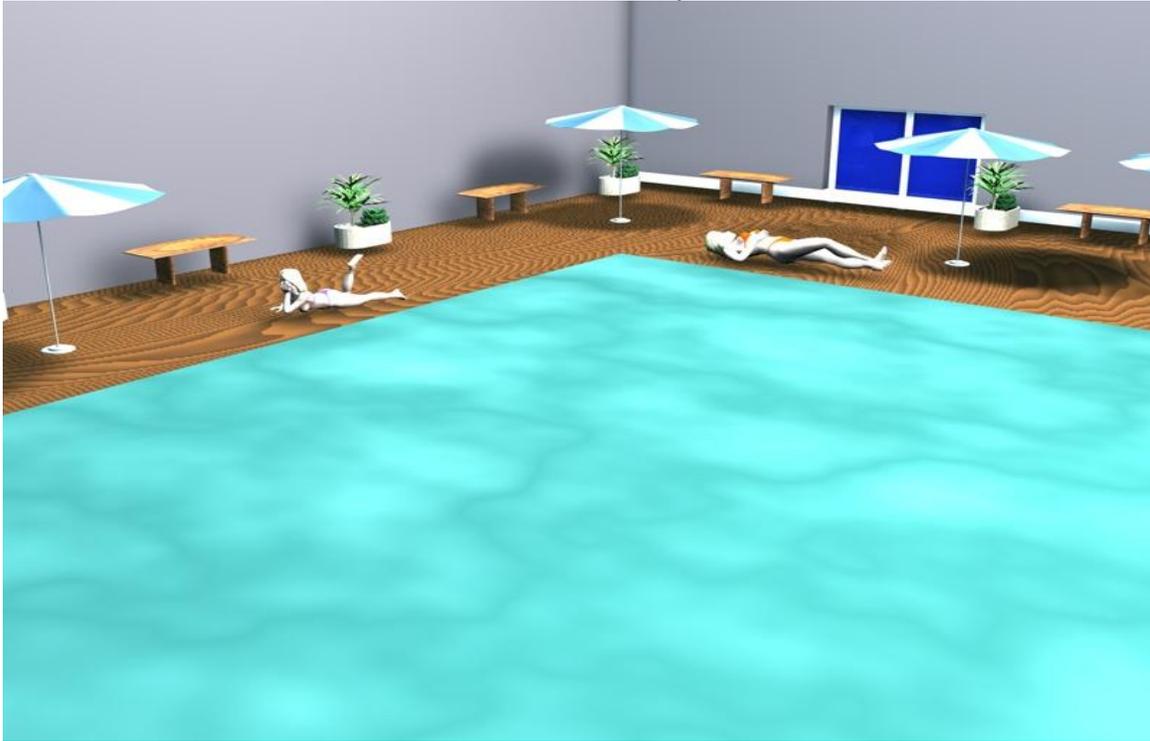
Ilustración 41 Habitación 2



Elaborado por: El autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración42Área de piscina



Elaborado por: El autor

Ilustración43 Recepción



Elaborado por: El autor

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

Ilustración 44 Recepción 2 área



Elaborado por: El autor

Ilustración 45 Logo y slogan del hotel



Elaborado por: El autor