



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Turismo

Trabajo de fin de carrera titulado:

**DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA UN
ALBERGUE JUVENIL PARA ESTUDIANTES EN EL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO**

Realizado por:

Diego Felipe Torres Valencia.

Como Requisito para la obtención del título de
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS

Quito, julio del 2012

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo Diego Felipe Torres Valencia, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

.....

Diego Felipe Torres Valencia

DECLARATORIA

El presente trabajo de investigación de fin de carrera, titulado

DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA UN ALBERGUE JUVENIL PARA ESTUDIANTES EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Realizado por el alumno
Diego Felipe Torres Valencia

Como requisito para la obtención del título de:
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS

Ha sido dirigido por la profesora
Ing. ÁNGELES MORENO
Quien considera que constituye un trabajo original de su autor.

.....
Ing. ÁNGELES MORENO

Director

Los profesores informantes
Msc. VALERIA LÓPEZ, y
Msc. PATRICIA PAZMIÑO

Después de revisar el trabajo escrito presentado, lo han calificado como apto para su
defensa oral ante el tribunal examinador.

.....
Msc. VALERIA LÓPEZ

.....
Msc. PATRICIA PAZMIÑO

Quito, a 24 de julio de 2012

AGRADECIMIENTOS

A toda mi familia y a mis amigos que forman parte de ella. Gracias por su ayuda y por su apoyo moral que me dio el impulso para hacer lo correcto y no rendirme jamás. Un agradecimiento especial a mi padre y a mi madre, por siempre estar a mi lado y apoyarme siempre en mis proyectos y mis sueños.

“Se debe fluir como el agua sin poner resistencia amoldándose para superar los obstáculos”

Diego Felipe Torres V.

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo establece los parámetros para crear un Plan de Negocios de un Albergue juvenil llamado “EL GAT CATALÀ” con servicios de calidad y a precios cómodos para incentivar la demanda turística de jóvenes extranjeros.

Como parte fundamental para justificar la zona en que se ubicará el Albergue Juvenil, se realiza un estudio técnico de los atractivos turísticos del Centro Histórico, con el fin de demostrar el potencial del Casco Colonial como parte de un circuito turístico obligado para todo turista que guste de conocer la ciudad y parte de su historia.

El estudio de mercado esta enfocado a la demanda insatisfecha, de acuerdo a gustos y preferencias del segmento al que se enfoca el Albergue. El estudio de la competencia permitió determinar la oferta directa e indirecta de hospedajes en la zona donde estará ubicado el Albergue Juvenil.

El Marketing Mix permite establecer los parámetros que tendrá el servicio que brindará el albergue; además de como se debe promocionar, publicitar, determinar los procesos y el precio de la tarifa de alojamiento.

Se establece el organigrama estructural que determina la jerarquía dentro de la empresa, el cargo de los colaboradores en las áreas con las que cuenta el Albergue.

En el estudio financiero se analiza la inversión, financiamiento, costos e ingresos para el funcionamiento del Albergue Juvenil, permitiendo determinar si el proyecto es viable; buscando optimizar los recursos con que cuenta la empresa, con la finalidad de implementar calidad en todos los servicios y procesos del Albergue.

Y finalmente se establecen las conclusiones y las recomendaciones necesarias para un óptimo desempeño en las actividades que el albergue debe cumplir para satisfacer a sus clientes.

Executive Summary

This work establishes the parameters for creating a business plan for a youth hostel called "THE GAT CATALÀ" with quality services and affordable prices to encourage young foreign tourist demand.

As a fundamental part to justify the area to house the Youth Hostel is performed a technical study of the tourist attractions of the Historic Center, in order to demonstrate the potential of the Colonial Town as part of a tourist circuit must for every tourist who likes to know the city and part of its history.

Market research is focused on unmet demand, according to tastes and preferences of the segment that focuses the lodge. The study of competition allowed us to determine direct and indirect supply of accommodation in the area where the Youth Hostel is located.

The Marketing Mix allows you to set the parameters that the service will provide the shelter, as well as to promote, advertise, identify the processes and the price of the room rate.

Establishing the organization chart it determines the hierarchy within the company, the position of employees in areas which account the lodge.

The study analyzes the financial investment, financing, costs and revenues for the operation of the Youth Hostel, allowing determining if the project is feasible, seeking to optimize the resources available to the company, in order to implement quality in all services and Hostel processes.

And finally establishing the conclusions and recommendations seeks to achieve the optimum performance in the activities that the youth hostel must meet to satisfy their customers.

ÍNDICE

GENERALIDADES	1
1.1 TEMA	1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.3 JUSTIFICACIÓN	2
1.4 OBJETIVOS	4
1.4.1 Objetivo General	4
1.4.2 Objetivos Específicos:	4
1.5 MARCO REFERENCIAL	4
1.5.1 Marco Teórico	4
1.5.2 Marco Conceptual:	5
1.6 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.7 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	9
1.7.1 Hipótesis general:	9
1.8 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN Y ALCANCE	9
1.9 METODOLOGÍA Y FUENTE DE DATOS	10
<i>CAPÍTULO II: ESTUDIO TÉCNICO</i>	<i>12</i>
2.1 MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	12
2.2 MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	13
2.3 VENTAJAS COMPARATIVAS	13
2.3.1 Servicios Complementarios	14
2.4 DISTRIBUCIÓN DE HABITACIONES Y CAPACIDAD MÁXIMA	15
TABLA 2.4 Capacidad máxima de ocupación anual	16
2.5 DISTRIBUCIÓN ESPACIAL DEL ALBERGUE	16
2.6 ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO	17
TABLA 2.6 Lugares de Interés Turístico del Centro Histórico	18
2.7 TRANSPORTE, ACCESO Y SEGURIDAD	19
2.7.1 Transporte	19
2.7.2 Acceso	19
2.7.3 Seguridad	20
2.8 REQUISITOS PARA FUNCIONAMIENTO DE UN ESTABLECIMIENTO HOTELERO	20

2.9 PROCESOS DE LA EMPRESA	23
2.9.1 Proceso de selección de personal	23
2.9.1.1 Identificación del proceso	25
2.9.1.2 Identificación del valor del proceso	27
2.9.2 Proceso de manejo de reservas	28
2.9.2.1 Identificación del proceso	29
2.9.2.2 Identificación del valor del proceso	31
2.9.3 Proceso de compra	32
2.9.3.1 Identificación del proceso	33
2.9.3.2 Identificación del valor del proceso	35
2.9.4 Proceso de control de la producción de consumo de alimentos y bebidas	36
2.9.4.1 Identificación del proceso	37
2.9.4.2 Identificación del valor del proceso	38
2.9.5 PROCESO DE CONTROL DE FACTURACIÓN	39
2.9.5.1 Identificación del proceso	39
2.9.5.2 Identificación del valor del proceso	41
2.9.6 PROCESO DE CONTROL DE INVENTARIOS	42
2.9.6.1 Identificación del proceso	43
2.9.6.2 Identificación del valor del proceso	45
CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO	46
3.1 JUSTIFICACIÓN	46
3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	46
3.2.1 Objetivo general:	46
3.2.2 Objetivos específicos:	46
3.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	47
Tabla 3.3.a Calificación cualitativa del servicio de la competencia indirecta	48
Tabla 3.3.b Calificación cualitativa del servicio de la competencia directa	49
3.3.1 Características de la competencia	49
Competencia directa:	50
Competencia indirecta:	50
Gráfico 3.3.1.a Total de establecimientos que ofrecen servicio de A&B	51
Gráfico 3.3.1.b Precio Promedio por Categoría (Elaborado por: Diego Torres)	52
3.3.2 Matriz de perfil competitivo	53
Tabla 3.3.2 Factores de éxito	53
3.3.2.1 Descripción de los factores claves de éxito:	53
Tabla 3.3.2.a Matriz de perfil competitivo (Competencia Indirecta)	57
Tabla 3.3.2.b Matriz de perfil competitivo (Competencia Directa)	58
3.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	59
Gráfico 3.4 Extranjeros de los países que forman parte de la Demanda	60

3.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA	60
3.5.1 Análisis de la oferta derivada del servicio hotelero	60
3.5.2 Análisis de la oferta del servicio de Alojamiento en la zona del Centro Histórico de Quito	61
3.6 UNIVERSO Y MUESTRA	61
3.7 SEGMENTACIÓN DE MERCADO	63
3.7.1 Diseño de la encuesta	64
3.7.1.1 Aplicación de la Encuesta	70
3.7.2 Análisis de resultados	71
3.7.3 Conclusiones del Estudio de Mercado	82
<i>CAPÍTULO IV: DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO</i>	84
4.1 MISIÓN	84
4.2 VISIÓN	84
4.3 PLAN DE MARKETING	84
4.4 OBJETIVOS DEL PLAN	85
4.4.1 Objetivo general:	85
4.4.2 Objetivos específicos:	85
4.5 MARKETING MIX	85
4.5.1 Servicio (Producto)	85
4.5.1.1 Nombre y Logo del Albergue	87
4.5.2 Precio	91
4.5.3 Plaza	91
4.5.4 Promoción	92
4.5.5 Personas	93
4.5.5.1 Clientes Internos	93
4.5.5.2 Clientes Externos	94
4.5.6 Procesos	95
4.5.7 Evidencia Física	98
4.5.7.1 Seguridad	98
4.5.7.2 Empleados	99
4.5.7.3 Decoración	100
4.5.7.4 Vajilla	100
4.5.7.5 Material promocional	100
4.5.7.6 Cafetería	101
4.5.7.7 Evidencia física general	101
4.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	102
4.6.1 Organigrama estructural	102

4.6.2 Organigrama funcional	103
4.6.3 Número de personal requerido por puestos	103
4.6.4 Reglamento interno para empleados	104
4.6.5 Políticas internas	105
4.6.6 Reglamento para huéspedes	105
4.6.7 Constitución del Albergue	106
<i>CAPÍTULO V: ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL</i>	<i>109</i>
5.1 INTRODUCCIÓN	109
5.2 OBJETIVOS	109
5.2.1 Objetivo general:	109
5.2.2 Objetivos específicos:	109
5.3 TRATAMIENTO DE DESECHOS	110
5.4 IMPACTO AMBIENTAL DEL ALBERGUE EN EL SECTOR	110
5.5 MANEJO DEL RUIDO Y CONTAMINACIÓN AÉREA	111
<i>CAPÍTULO VI: ESTUDIO FINANCIERO</i>	<i>112</i>
6.1 INVERSIÓN TOTAL	112
6.2 FINANCIAMIENTO	112
6.3 COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO	114
6.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS	116
6.5 EVALUACIÓN DEL PROYECTO	117
<i>CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i>	<i>120</i>
<i>BIBLIOGRAFÍA:</i>	<i>124</i>
<i>ANEXOS</i>	<i>128</i>
ANEXO 1: PLANOS DEL ALBERGUE	128
ANEXO 2: Cuadros Financieros	130
ANEXO 3: Tabla de amortización	139
ANEXO 4: Balance general y Estado de Pérdidas y Ganancias	140
ANEXO 5: Documentos De Soporte	141
ANEXO 6: Restaurantes y Cafeterías del Centro Histórico	146
ANEXO 7: PROFORMAS	147

CAPÍTULO I: GENERALIDADES

1.1 TEMA

DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA UN ALBERGUE JUVENIL EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Para el desarrollo del presente trabajo el término Albergue Juvenil será asociado con el de Youth-Hostel; que si bien es un término en inglés, también es un término internacional para designar en muchas lenguas, a dicho establecimiento.

Los albergues juveniles o mejor conocidos como Youth Hostels, aparecieron como concepto en el año de 1909. El primero fue inaugurado por el Alemán Richard Schirrmann. En los años 30 la idea se expandió por otros países de Europa y Estados Unidos. La idea era de proporcionar una acomodación confortable y barata para los viajeros jóvenes. (HOSTELSCENTRAL, 2012)

Como se puede ver hoy en día en todo el mundo existen miles de Albergues Juveniles¹ que son muy buscados por jóvenes viajeros de bajo presupuesto, y que no requieren todos los lujos y múltiples servicios que un hotel convencional podría ofrecer pero a precios más elevados.

Estos albergues pueden ser contruidos desde cero o bien readecuando edificaciones existentes, dependiendo del diseño y distribución del espacio que se busque para el establecimiento. En el Ecuador lo más cercano a un establecimiento de alojamiento a

¹ Youth-Hostel.

bajos precios son los llamados hostales que ofrecen cuartos simples, dobles, y unos pocos, hasta habitaciones cuádruples. Sin embargo la infraestructura de dichos locales, en su mayoría carecen de seguridad básica, señalización, y comodidad mínima para un establecimiento de alojamiento.

Por otra parte, si bien, sí existen hostales que ofrecen calidad en el servicio, siguen teniendo precios muy altos para turistas jóvenes quienes buscan algo más barato; sin que por ello deban soportar malos tratos, incomodidades y preocuparse por la seguridad de sus pertenencias.

1.3 JUSTIFICACIÓN

En Ecuador existen muchas opciones de alojamiento al alcance de cualquier presupuesto; sin embargo la calidad se ve reflejada en el precio. Además es necesario comentar que muchos establecimientos pequeños de alojamiento han sido creados con un conocimiento empírico lo que genera deficiencias en calidad de servicio. Aunque naturalmente hay opciones de capacitación, algunas gratuitas e impulsadas por el Ministerio de Turismo y la AHOTEC.²

Es importante brindar un buen servicio que no debe ser confundido con el número de actividades y servicios que un establecimiento ofrece; al contrario, el buen servicio debe ser analizado en relación a la calidad de la atención, la limpieza, la seguridad y la seriedad por parte de los empleados de un establecimiento hotelero.

Éste proyecto es interesante pues se busca impulsarlo al igual que otros Albergues Juveniles al rededor del Mundo, es decir una acomodación confortable de un precio cómodo y un servicio de calidad.

Los beneficios de tener una ubicación en la zona del Centro Histórico privilegian el conocimiento del Quito antiguo y su historia; además de que el Centro Histórico de Quito

² Federación Hotelera del Ecuador; antes, Asociación Hotelera Nacional del Ecuador.

se ha convertido en un lugar en el que actualmente, se generan actividades culturales más frecuentes que en años anteriores.

La ciudad de Quito es un punto de congregación para turistas nacionales y extranjeros que acuden a ella sea por tránsito o por turismo. La casa esquinera es de aquellas que a la vieja usanza, cuenta con un patio central, y varias galerías o habitaciones separadas para los distintos usos cotidianos.

El plan de negocio está enfocado a un público joven mayormente extranjero, que cuando viaja solo busca de un lugar de bajo costo y cómodo para alojarse y que además ofrezca cercanía a lugares de interés turístico.

Es interesante poder implementar sitios de alojamiento a un precio cómodo que se enfoque en un mercado que es muchas veces puesto de lado, debido a que resulta poco atractivo pues es un segmento que no consume mucho; especialmente en cuanto a alojamiento y servicios complementarios que hoteles de lujo ofrecen.

Para esto es necesario brindar seguridad al cliente dentro y fuera del establecimiento y servicios de calidad; entre los servicios que se ofrecerán habrá: wireless, baños compartidos; uno para hombres y otro para mujeres; tres habitaciones con una capacidad máxima de 6 personas, una habitación cuádruple, y dos habitaciones dobles que tendrán un precio superior. Se prestará servicio de desayuno adicional incluido en el precio de la habitación. También se implementará el servicio de guía en el Centro Histórico de Quito que tendrá un costo extra.

El albergue tendrá como fin promover a futuro, el viaje interno entre los jóvenes del Ecuador, y de buscar crear una alternativa de alojamiento ajustada a las necesidades de cada segmento, cambiando la imagen generalmente negativa, de establecimientos de hospedaje barato.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Desarrollar un plan de negocios para un albergue juvenil con servicios de calidad a precios cómodos y accesibles para estudiantes y jóvenes turistas extranjeros en el Distrito Metropolitano de Quito.

1.4.2 Objetivos Específicos:

- Definir el estudio técnico para el establecimiento de los aspectos generales del proyecto.
- Realizar un estudio de mercado que permita la identificación de los segmentos al cual se dirige el nuevo alojamiento.
- Realizar el estudio de direccionamiento estratégico
- Realizar el estudio de impacto ambiental
- Realizar un estudio financiero.

1.5 MARCO REFERENCIAL

1.5.1 Marco Teórico

La información teórica requerida para el desarrollo del plan de negocios se buscará en libros que traten de las diferentes categorías de hoteles; de no haber información específica de albergues juveniles hoteleros, se procederá a recopilar datos que vayan de

acuerdo al tipo de establecimiento. Además se usará el internet como medio de investigación teórica y medio para encontrar alguna información de primera mano, contactando algunos de los albergues en el mundo.

Dentro de la presente información se requerirá contemplar lo siguiente:

- Necesidades del joven turista para el viaje.
- Motivaciones del joven turista para viajar.
- Influencia de la toma de decisión en el alojamiento.
- Necesidades básicas que requiere un joven turista en el establecimiento hotelero.
- Sistemas de manejo de reservas.
- Seguridad hotelera.
- Manejo de alimentos.
- Manejo de calidad en servicios hoteleros.
- Capacitación del recurso humano del establecimiento.
- Información recopilada en las entrevistas a expertos en el área hotelera y turística.
- Requerimientos y limitaciones municipales para restauración y adecuación de edificios patrimoniales arquitectónicos.
- Acuerdos municipales para el uso del espacio en el ámbito turístico.

1.5.2 Marco Conceptual:

Albergue: la ley de turismo del Ecuador no especifica nada referente a los albergues.

“Establecimiento hotelero que atiende al turismo durante estancias cortas.” (Real Academia de la Lengua Española; 2012).

El Albergue es un establecimiento de hospedaje, donde las habitaciones tienen varias camas, normalmente literas. Pueden ser cuartos mixtos o separados. El albergue puede ofrecer habitaciones con menos camas, pero esto también aumenta el precio. Generalmente los baños son compartidos. Algunos poseen lugares seguros para dejar

maletas. Debido a que las habitaciones se comparten, es recomendable no dejar nada de valor en la habitación. (voyageforum.com, 2011).

Plan de negocios: Un plan de negocios es un documento que en forma ordenada y sistemática detalla los aspectos operacionales y financieros de una empresa. Al igual que un mapa guía a un viajero, el plan de negocios permite determinar anticipadamente donde se queremos ir, donde nos encontramos y cuanto nos falta para llegar a la meta fijada. (Mercadeo.com, 2012)

Establecimiento hotelero (alojamiento): En la ley de turismo del Ecuador, dice que: Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios como diversión, animación y entretenimiento. (Corporación de Estudios y Publicaciones, 2011, Artículo 43.a:13)

Servicio Hotelero: Según el libro Marketing Hotelero, servicio hotelero es una actividad esencialmente intangible, ligada en su prestación a un soporte físico, que se ofrece para satisfacer las necesidades del alojamiento de los turistas y demás tipos de viajeros. (Acerenza M. A., 2004: 10)

Calidad Hotelera: la calidad hotelera es brindar eficiencia y excelencia en los servicios que presta un establecimiento hotelero enfocado en la satisfacción total del cliente en cuanto a sus necesidades, deseos y expectativas. Para ello se debe establecer un conjunto de estándares de calidad que no solamente cumplan con las expectativas, sino que además las superen (Casillas, 2009: 1).

Costos hoteleros: Según lo que se aprendió durante los semestres 7, 8 y 9; en los años 2010 y 2011, en las materias de Gerencia de Operaciones, Gerencia de Alojamiento, Gerencia de A&B, y Gestión de Costos.

Los costos hoteleros son valores de desembolso, necesarios para la compra de activos y materia prima, necesarios para la operación de un establecimiento. Se dividen en costos fijos y variables. Los fijos son aquellos que no varían en función del nivel de producción; los costos variables, por otra parte, dependen del nivel de la producción. (Burneo et al., 2011 – 2012: 7, 8, 9 semestre)

Presupuesto hotelero: programación sobre las ventas, ingresos, costos y gastos de un periodo determinado de operación. (Angulo, 2006: 147)

Estudio de Mercado Hotelero: “Conocer el mercado implica realizar una investigación de sus componentes y de los factores clave ligados con la empresa y la competencia. Esta investigación ha de realizarse en función de los objetivos y los requerimientos de información de la posada en cuestión” (Angulo, 2006: 107).

Estudio de factibilidad: El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar: Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso. Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente. Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse. (Luna, Rafael et al., PROARCA/CAPAS/USAID, 2011)

Turista: el turista a la persona que ingresa a un país con una temporalidad máxima de seis meses no prorrogables (Acerenza M. Á., 1994: 39).

De acuerdo a la ley de Turismo del Ecuador, se considera turistas a “Visitantes temporales con fines lícitos tales como turismo, deporte, salud, estudio, ciencia, arte o para ejecutar actos de comercio que no implique la importación simultánea de los bienes” (Corporación de Estudios y Publicaciones, 2010: Artículo 12 p. 5).

Viajar: Viajar es el acto de desplazarse de un espacio geográfico a otro a través del uso de diferentes elementos que actúan como medios de transporte. Un viaje puede ser realizado de manera individual o grupal, como también puede tener diferentes objetivos, diferente duración y diferente estilo dependiendo de cada caso. (definicionabc, 2011)

Seguridad hotelera: es el conjunto de factores, tanto físicos como intangibles que un establecimiento debe ofrecer y proyectar hacia el cliente, tanto externo como interno, desarrollando procesos de calidad preventivos, para cualquier eventualidad que pueda surgir (Burneo et al., 2011 – 2012: 8 y 9 semestre)

Ingeniería de procesos: De acuerdo a la materia Evaluación de proyectos, la ingeniería de procesos desarrolla actividades establecidas, que generan un producto o servicio mediante el uso de recursos de la organización; utilizando métodos de control que generan un valor agregado. Dichas actividades tienen límites definidos y una jerarquía establecida. (González,. 2011 – 2012: 9 semestre)

1.6 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para el presente desarrollo del plan de negocios para el albergue juvenil se realizará una investigación de carácter descriptivo; pues se procederá a describir en orden los requerimientos del establecimiento para su funcionamiento y como implementarlo en la práctica real.

Además tendrá un carácter experimental, pues se buscará cambiar los esquemas negativos a los que están relacionados los establecimientos de alojamiento de bajo costo en el Ecuador y se buscará hacerlos prosperar con una imagen positiva frente a la sociedad.

1.7 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1 Hipótesis general: Es posible implementar un establecimiento de alojamiento con servicios, de calidad a precios bajos.

1.8 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN Y ALCANCE

La investigación se centrará en el área urbana de Quito, en empresas de viaje y hoteles de diferentes categorías, durante un mes y medio, aproximadamente.

El Proyecto no sufre limitaciones en cuanto a lo financiero y económico pues la inversión inicial no es tan alta, puesto que la inversión más fuerte que es el edificio y el terreno ya pertenece en la actualidad a los socios del proyecto. Pero tiene limitaciones en cuanto al diseño del albergue y las habitaciones debido a las prohibiciones para remodelar casas catalogadas como patrimonio arquitectónico. Por esa razón en el estudio de mercado se buscará adaptar las instalaciones de acuerdo lo que el cliente busca sin contravenir a las políticas Municipales relacionadas con la remodelación y readecuación de casas coloniales.

Otra limitación, será la información requerida de extranjeros jóvenes que vienen a Ecuador, por lo tanto lo mejor que se puede hacer, es pedir alguna información a las agencias de viajes y operadores de lo que el cliente extranjero busca normalmente en un lugar de hospedaje.

Algunas de las variables que delimitan la investigación son:

- Políticas municipales de construcción y/o readecuación en casas coloniales delimitadas como patrimonio cultural y arquitectónico.
- Políticas de clasificación de establecimientos hoteleros y extra hoteleros.
- Búsqueda información de lugares cercanos que puedan generar interés para el turista.
- Servicios complementarios que hagan del albergue un lugar de hospedaje apetecido y a precios cómodos.

El alcance del Albergue Juvenil, se enfoca a motivar el viaje para los jóvenes que llegan al Centro Histórico de Quito, garantizando la calidad de los servicios, a precios bajos. Además, el Albergue Juvenil será un pionero en el Ecuador, en lo que se refiere a cuartos compartidos; proyectándose a futuro a impulsar el crecimiento de establecimientos similares

1.9 METODOLOGÍA Y FUENTE DE DATOS

Las fuentes de información se dividen en dos, las primarias y las secundarias. Las fuentes primarias son las que se obtienen de primera mano, es decir aquellas que se deben buscar necesariamente para tener las bases del presente proyecto. Mientras que las fuentes secundarias son aquellas que están disponibles para consultar y sostener el proyecto y que ha sido realizada previamente, con fines diferentes.

En *fuentes primarias* de datos, se realizó encuestas a gente joven mayor de 18 años provenientes del extranjero, con el único objetivo de conocer que buscan en un establecimiento de alojamiento de bajo costo. El fin de la encuesta será el de verificar si los jóvenes turistas buscan un lugar de bajo costo, seguro, limpio y entretenido para dormir mientras están de viaje y donde pueden interactuar con otros jóvenes como ellos.

Para las *fuentes secundarias* se hizo una investigación teórica en libros, tesis similares de establecimientos hoteleros, internet y de ser posible se tratará de tener acceso a información interna de establecimientos hoteleros de la ciudad de Quito con el objetivo de conocer su operación y su modo de administración.

Para dar respuesta a cada uno de los objetivos será necesario tabular los datos obtenidos en las encuestas, ver referencias de estadísticas turísticas y relacionarlas al proyecto. Además se deberá condensar y cernir la información teórica obtenida para sacar conceptos propios apoyados en ella, para finalmente sacar una conclusión y las recomendaciones.

CAPÍTULO II: ESTUDIO TÉCNICO

2.1 MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Quito está ubicado en la provincia de Pichincha, en la región Andina. El centro Histórico de Quito, es el más grande de Latinoamérica, en espacio ocupado por edificios viejos e históricos. (<http://www.quito.com.ec>; 2012)

Según el libro *Calles de Quito*, la casa donde estará ubicado el Albergue Juvenil, fue una casa construida aproximadamente a mediados del S. XIX, y perteneció al pintor Antonio Salas Estrada; con quien también vivían los artistas Agustín Salas y Antonio Salguero Salas. (Noboa, 1989: 248, 249).

El Centro histórico es el Quito fundado por los españoles en 1534, y fue creciendo y aumentando su tamaño a través de los siglos y al inicio solo comprendía ciertas casas que se construyeron alrededor de la plaza Benalcázar³ que fue la primera plaza central de la ciudad. La plaza mayor actual (plaza grande) fue construida posteriormente. Algunas zonas como el lugar donde se encuentra la casa eran durante la época colonial y principios de la era republicana lugares marginales⁴ de la ciudad.

Durante los siglos XVII y XVIII, Quito fue una potencia en la producción artística de la famosa Escuela Quiteña, donde se producía arte religioso. Todo lo que hoy conforma el casco colonial quiteño se construyó desde el S. XVI hasta el S.XIX.

La casa se encuentra en el casco colonial quiteño en el sector de San Blas. Por muchos años el centro fue considerado un sector de alto riesgo, por la delincuencia, prostitución, por la falta de vigilancia por parte de la policía. Actualmente se han puesto en marcha planes de recuperación del centro histórico y se tienen planes para continuar regenerándolo por ser actualmente considerado un lugar importante para el turismo.

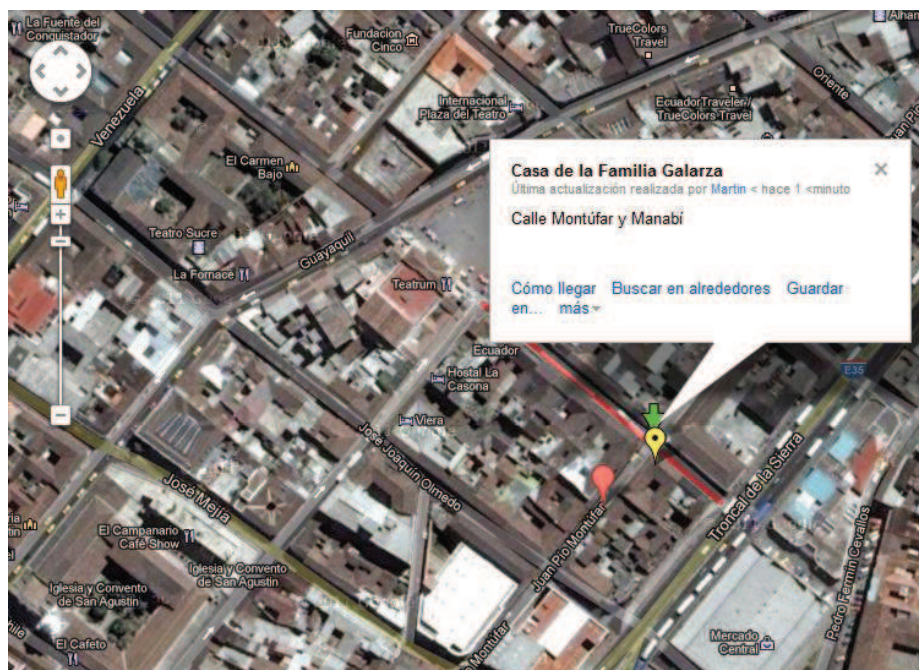
³ Nominada con ese nombre en honor a Sebastián de Benalcázar fundador de Quito.

⁴ Entiéndase por marginal, no como sinónimo de pobre, sino más bien como un lugar apartado, como las afueras de la ciudad.

El Centro Histórico de Quito fue nombrado patrimonio cultural de la humanidad por la UNESCO en el año de 1978, y fue reconocida como capital Americana de Cultura 2011. (<http://www.quito.com.ec>; 2012)

2.2 MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El albergue El Gat Catalá estará ubicado en el barrio de San Blas; en las calles Montufar (eje longitudinal) y Calle Manabí.



2.3 VENTAJAS COMPARATIVAS

Aquí se procederá a describir como estará dispuesto el albergue según el proyecto presente.

El albergue hotelero contará en primer lugar con empleados que hablan inglés. Además que habrán empleados que también hablen francés y/o alemán, lo que hará que los clientes se sientan más cómodos para preguntar cualquier cosa.

La ambientación y ornamentación del albergue será de un estilo artístico, es decir con esculturas y pinturas contemporáneas y también habrá un espacio con arte quiteño de la época colonial gracias a la colaboración de los dueños de la casa quienes cuentan con una pequeña colección de arte quiteño.

En los corredores habrá jardineras con flores. La mueblería será de un estilo moderno y que sea confortable para quienes lo utilizan. Algunas ventajas competitivas también estarán dadas por los servicios extras que estarán disposición del huésped; como internet, información turística de la zona y del Ecuador en general, contacto de guías en distintas leguas, contacto con agencias de viaje, etc.

2.3.1 Servicios Complementarios

Además del servicio de alojamiento que incluye desayuno americano⁵, incluirá un casillero de seguridad para las pertenencias y utilización de todos los espacios del albergue. Además por un pago cómodo extra, los huéspedes podrán acceder a varios circuitos que recorrerán el Centro Histórico de Quito, dependiendo de los lugares y el tiempo de recorrido; existirán diferentes tarifas de los diferentes tours.

En sí los costos de los tours dependerán en primer lugar del precio de las entradas de los museos a visitar. El pago a un guía que hable inglés, francés, español o alemán. Además de un 10% del total del pago que será para el albergue.

El albergue también contará con servicio de bar-cafetería tanto para huéspedes como clientes externos, es decir aquellos que no son huéspedes pero que consumen los

⁵ Contiene: huevos, fruta, café, té o chocolate, jugo, pan (el pan será remplazado por antojos ecuatorianos, pastas, sándwich)

productos de cafetería. En la cafetería se venderán desde sándwich hasta pastas y antojos⁶ ecuatorianos y helados. Para los desayunos al cliente cada noche se le dará a escoger entre dos opciones de desayunos que básicamente resultan ser iguales, pero con la pasta o sándwich diferente.

Habrà servicio wireless para conectarse libremente a internet, habrá una un teléfono para realizar llamadas a corta y larga distancia en recepción y servicio de reservas para tours en otras partes del Ecuador.

2.4 DISTRIBUCIÓN DE HABITACIONES Y CAPACIDAD MÁXIMA

Todas las habitaciones estarán ubicadas en la planta alta con sus dos baños; uno para hombres y otro para mujeres. Habrá 2 habitaciones dobles, 1 cuádruple, y tres séxtuples.

El albergue hotelero trabajará los 365 días del año. Nuestra capacidad anual es de:

$$(26*30)*4= 3120$$

$$(26*28)*1= 728$$

$$(26*31)*7= 5642$$

TOTAL ANUAL: 9490

⁶ Se refiere a dulces tradicionales, y bocadillos tradicionales del Ecuador.

TABLA 2.4 Capacidad máxima de ocupación anual

Meses	Número de días por mes	Número de plazas	total
Enero	31	26	806
Febrero	28	26	728
Marzo	31	26	806
Abril	30	26	780
Mayo	31	26	806
Junio	30	26	780
Julio	31	26	806
Agosto	31	26	806
Septiembre	30	26	780
Octubre	31	26	806
Noviembre	30	26	780
Diciembre	31	26	806
TOTAL			9490

Elaborado por: Diego Torres

2.5 DISTRIBUCIÓN ESPACIAL DEL ALBERGUE

Como se dijo en el punto 2.5 en la parte superior estarán únicamente las habitaciones y los baños. Pero también estará la sala dónde los huéspedes podrán pasar un momento agradable bebiendo alguna bebida y degustando alguno de los antojos y dulces típicos.

En la planta baja estará la recepción cerca de la puerta de ingreso. También estará la cafetería y cocina. Además de la bodega dónde se almacenará los amenities y los ingredientes que se usen en la producción de la cafetería del albergue. También habrá una habitación dedicada a vestuarios de empleados dónde puedan dejar con seguridad sus pertenencias. Habrá un baño para empleados y otro para clientela de la cafetería.

2.6 ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO

El Centro Histórico ofrece a sus visitantes museos, y lugares de diversión. Con frecuencia en las plazas del casco colonial se realizan eventos públicos artísticos, como conciertos.

Entre los museos se encuentran:

- San Agustín: Ubicada en las calles Chile y Guayaquil
- Santo Domingo: Ubicado en las calles Flores y Bolívar
- Museo de la Ciudad: Ubicado en las calles Vicente Rocafuerte y García Moreno
- Casa del Alabado: Ubicado en las calles Cuenca y Bolívar
- San Francisco: Ubicado en las calles Cuenca y Sucre
- Palacio de Gobierno Carondelet: Ubicado en la calle García Moreno entre Chile y Sucre.
- La Catedral: Ubicado en las calles Venezuela y Espejo
- Casa de Sucre: Ubicado en las calles Venezuela y Sucre
- Casa de Ma. Augusta Urrutia: Ubicado en la calle García Moreno entre Sucre y Bolívar.
- Compañía de Jesús: Ubicado en las calles García Moreno y Sucre
- Museo Numismático: Ubicado en las calles García Moreno y Sucre
- Museo Alberto Mena Caamaño: Ubicado en las calles García Moreno y Espejo
- San Diego: Ubicado en las calles Calicuchima y Farfán.

Para más información ver la tabla perteneciente al subtítulo 2.3 en la parte inferior.

TABLA 2.6 Lugares de Interés Turístico del Centro Histórico

MUSEO	TARIFA		INFO EXTRAS	IDIOMAS	HORARIOS		TIEMPO ESTIMADO DE RECORRIDO	GRUPOS
San Agustín	Niño	\$ 0,50		Español	Lun-Vie	9h00-12h30 / 14h00-17h00	1 hora	5-10 pax
	Adulto	\$ 2,00		Inglés	Sábados	9h00-13h00		
	3 edad	\$ 1,00						
Santo Domingo	Niño	\$ 0,50		Español	Lun-Vie	9h00-17h00	1 hora	5-7 pax
	Estudiante	\$ 0,05		Inglés	Sáb-Dom	9h00-13h00		
	Adulto	\$ 1,00						
	3 edad	\$ 0,50						
	Extranjero	\$ 2,00						
Museo de la Ciudad	Niño 0-3	gratis	Guías inglés y francés 4 USD x Pax	Español	Mar-Domingo	9h30-17h30 (16h30 último grupo)	1 hora 15 minutos	15 pax
	Niño 3-11	\$ 1,00		Inglés				
	Estudiante	\$ 2,00		Francés				
	3 edad	\$ 1,00						
	Adulto	\$ 3,00						
Casa del Alabado	Niño	\$ 1,00	Audioguía español: 2USD. Guía en Inglés y francés 3 USD x Pax	Español	Mar-Sáb	9h30-17h30	1 hora 30 minutos	No establecido
	Estudiante	\$ 1,50		Inglés	Domingo s y feriados	10h00-16h00		
	3 edad	\$ 1,00		Francés				
	Adulto	\$ 3,00						
San Francisco	Niño	\$ 0,50		Español	Lun-Sáb	9h00-17h30	1 hora	20 pax máx.
	Estudiante	\$ 1,00		Inglés	Domingo s	9h00-13h00		
	3 edad	\$ 0,50						
	Adulto	\$ 2,00						
	Extranjero	\$ 2,00						
Palacio de Gobierno Carondelet	Niño	gratis	Grupos con guías contratados, pueden pasa solo hasta el corredor externo	Español	Mar-Domingo	9h00-11h30 / 12h30-14h30	40 minutos	25 pax cada 15 minutos
	Estudiante	presentar documento						
	3 edad	s, excepto niños						
	Adulto							
	Extranjero							
Catedral	Niño	\$ 1,00		Español	Lun-Sáb	9h30-17h00	40 minutos	No establecido
	Estudiante	\$ 1,00		Inglés				
	3 edad	\$ 1,00						
	Adulto	\$ 1,50						
	Extranjero	\$ 1,50						
Casa de Sucre	Niño	\$ 0,25		Español	Mar-Vie	8h00-16h00	1 hora	No establecido
	Estudiante	\$ 0,25		Inglés	Sábados	10h00-14h00		
	3 edad	\$ 0,25						
	Adulto	\$ 1,00						
	Extranjero	\$ 1,00						
María Augusta Urrutia	Niño	\$ 1,00		Español	Mar-sáb	10h00-18h00	45 minutos	No establecido
	Estudiante	\$ 1,00		Inglés				
	3 edad	\$ 1,00		Alemán	Domingos	9h30-17h00		
	Adulto	\$ 2,00						
	Extranjero	\$ 2,00						
Cmpañía de Jesús	Niño	\$ 0,60	Lun-Vie: Inglés y Español Sáb-Dom: solo Español	Español	Lun-Vie	9h30-17h30	45 minutos	10 pax máx.
	Estudiante	\$ 0,60		Inglés	Sábados y Domingo s	10h00-16h00		
	3 edad	gratis						
	Adulto	\$ 1,50						
	Extranjero	\$ 3,00						
	Niño extr.	\$ 1,50						
Museo Numismático	Nacionales	gratis		Español	Mar-Vie	9h00-17h00	45 minutos	No establecido
Extranjero	\$ 1,00	Inglés		Sáb-Dom	10h00-16h00			
3 edad extr.	\$ 0,50							
Niño extr.	\$ 0,25							
Museo Albero Mena Caamaño	Niño	\$ 0,50		Español	Lun-Vie	8h00-16h45	45 minutos	20 pax máx.
	Estudiante	\$ 0,75		Inglés	Sábados	9h00-14h00		
	3 edad	\$ 0,50						
	Adulto	\$ 1,50						
	Extranjero	\$ 1,50						
	Discapacitado	\$ 0,50						
San Diego	Niño	\$ 2,00		Español	Lun-Sáb	9h00-13h30 / 14h30-17h00	45 minutos	No establecido
	Estudiante	\$ 2,00		Inglés				
	3 edad	\$ 2,00						
	Adulto	\$ 2,00						
	Extranjero	\$ 2,00						

(Elaborado por: Diego Torres)

2.7 TRANSPORTE, ACCESO Y SEGURIDAD

2.7.1 Transporte

Cerca de la casa en la calle Manabí y Flores se encuentra una parada de trole. Cerca del Mercado central está una terminal de buses y transporte público. También en el Centro Histórico existen facilidades de parqueo en varios parqueaderos públicos y unos pocos privados cuyas tarifas no suelen ser muy altas.

Además acceder al Centro Histórico es fácil pues existen líneas permanentes de transporte público como el Trole, la Eco-Vía, el Metro-Bus y buses de línea que conectan varios puntos de la zona del Centro Histórico. En el caso de los tres primeros mencionados tienen una ruta establecida desde el norte de la ciudad hasta el sur con paradas cada cierta distancia y terminales donde se conectan sea con la misma línea de transporte, o con buses de línea para ir a otros sitios.

2.7.2 Acceso

Para llegar al Albergue Juvenil, se recomienda tomar taxi, si uno está en el aeropuerto. Desde el norte de la ciudad se recomienda tomar el transporte público; de preferencia aquellos como el Trole, la Eco-vía y la Metro-vía.

El Trole sale de la estación norte que se encuentra en la Avenida 10 de Agosto y deja a los clientes en la estación central de la Marín que dista del Albergue que se encuentra a dos cuadras hacia el oeste. La estación de la Eco-vía se encuentra en la Avenida Río Coca, y recorre la Av. 6 de Diciembre, y deja a los huéspedes en la estación de la calle Manabí, desde la cual se debe bajar cien metros en dirección este para llegar al Albergue. Si se toma la Metro-vía, se debe embarcar en la estación Aeropuerto que se encuentra a dos

cuadras al oeste de la salida del Aeropuerto Mariscal Sucre y que recorre las avenidas La Prensa y América, hasta llegar a la estación central en la Marín.

Si llega en bus de otras ciudades, se llega a la terminal de buses en el sector de Quitumbe, desde donde es posible tomar un bus de línea o de los sistemas integrados mencionados anteriormente e incluso tomar un taxi.

2.7.3 Seguridad

La seguridad del establecimiento estará prevista en gran parte por el centro policial que se encuentra a un lado. También se contratará seguridad privada que resguarde a transeúntes, especialmente aquellos que forman parte del establecimiento y los clientes.

Además el Centro de Quito cuenta con vigilia por parte de los guardias municipales y de policías en varios puntos de la zona, si bien no son una garantía de seguridad, al menos sirven para disminuir el peligro presente.

Otro factor importante para la seguridad será el factor tecnológico, es decir de alumbrado público de lugares de interés turístico, complementando al recurso público humano de seguridad.

2.8 REQUISITOS PARA FUNCIONAMIENTO DE UN ESTABLECIMIENTO HOTELERO

Un buen establecimiento hotelero sin importar su categoría o segmento al que está dirigido debe cumplir cuatro requisitos básicos que son:

Calidad: en el Albergue Juvenil la calidad estará enfocada a satisfacer al cliente. El desayuno y en general la producción de cafetería será preparada con asepsia y garantizando la frescura de los alimenticios.

Administración de riesgos: es necesario obtener los permisos de funcionamiento que otorga el Municipio, y que certifica la seguridad básica y la seguridad sanitaria de todos los establecimientos que operan en la ciudad.

Seguridad Hotelera: este concepto estará aplicado a cuatro cosas esenciales que son el cliente y sus pertenencias, el empleado, la infraestructura y equipos; las políticas en relación a la seguridad hotelera serán de carácter preventivo.

En lo que se refiere al huésped será necesario garantizarle su seguridad dentro de yodo servicios que adquiriera en el Albergue Juvenil del albergue.

En lo referente a las pertenencias del cliente se debe garantizar su resguardo.

Para los empleados se establecerá contratos de acuerdo a la ley de contratación del Ecuador.

En cuanto a infraestructura y equipos, se reforzará especialmente en lugares de acceso del cliente con iluminación adecuada, señalización útil. Los equipos serán objeto de mantenimiento de acuerdo su uso y su rendimiento.

Como se explica en la primera parte de éste punto de seguridad hotelera, es importante tomar en cuenta varios aspectos: técnicos, físicos, humanos, legales y económicos.

Los técnicos son todos aquellos conocimientos necesarios para el buen funcionamiento del establecimiento, es el “SABER HACER” e influye mucho en el éxito o fracaso del establecimiento.

Según Josefina Montaña Sánchez, el responsable de administrar riesgos debe tomar en cuenta las siguientes áreas:

- **Contaduría:** Monto máximo de retención de riesgos y reserva para contingencias, apoyadas en la información de valores contables del establecimiento, y otros.
- **Finanzas:** Investigación sobre diferentes líneas de crédito para enfrentar pérdidas.
- **Operación:** Realizar visitas de inspección y realizar mantenimiento y controles para evitar daños de los bienes y del elemento humano.
- **Legal:** Con asesoría de un abogado para transferir los riesgos a terceros mediante contratos. (ej. Póliza de seguros)
- **Personal:** Conjuntamente con el área de RRHH realizar programas de capacitación.

Hay que recordar que el hotel es responsable de reparar daños causados, a menos que se demuestre que todo fue consecuencia de los actos negligentes de la víctima.

Hay dos tipos de bienes que se exponen a la pérdida:

- **Bienes Tangibles:** bienes físicamente perecederos manejados por la empresa, como instalaciones, equipos, etc.
- **Bienes Intangibles:** aquellos como la reputación, el recurso humano, información, etc.

Estos bienes tangibles e intangibles están expuestos a su vez, a 6 tipos de riesgos:

- Riesgos a la propiedad física.
- Riesgos a los contenidos (M. prima, inventarios, etc.)
- Riesgos de origen legal.
- Riesgos consecuenciales.
- Riesgos por actos criminales.
- Riesgos personales (empleados, huéspedes y visitantes).

(Sánchez, 2007: 21, 24, 25 Cap. 1)

Para prevención de la propiedad física habrá extintores en varios puntos del hotel, para cumplir con la ley de seguridad impuesta por el Municipio y el Cuerpo de Bomberos.

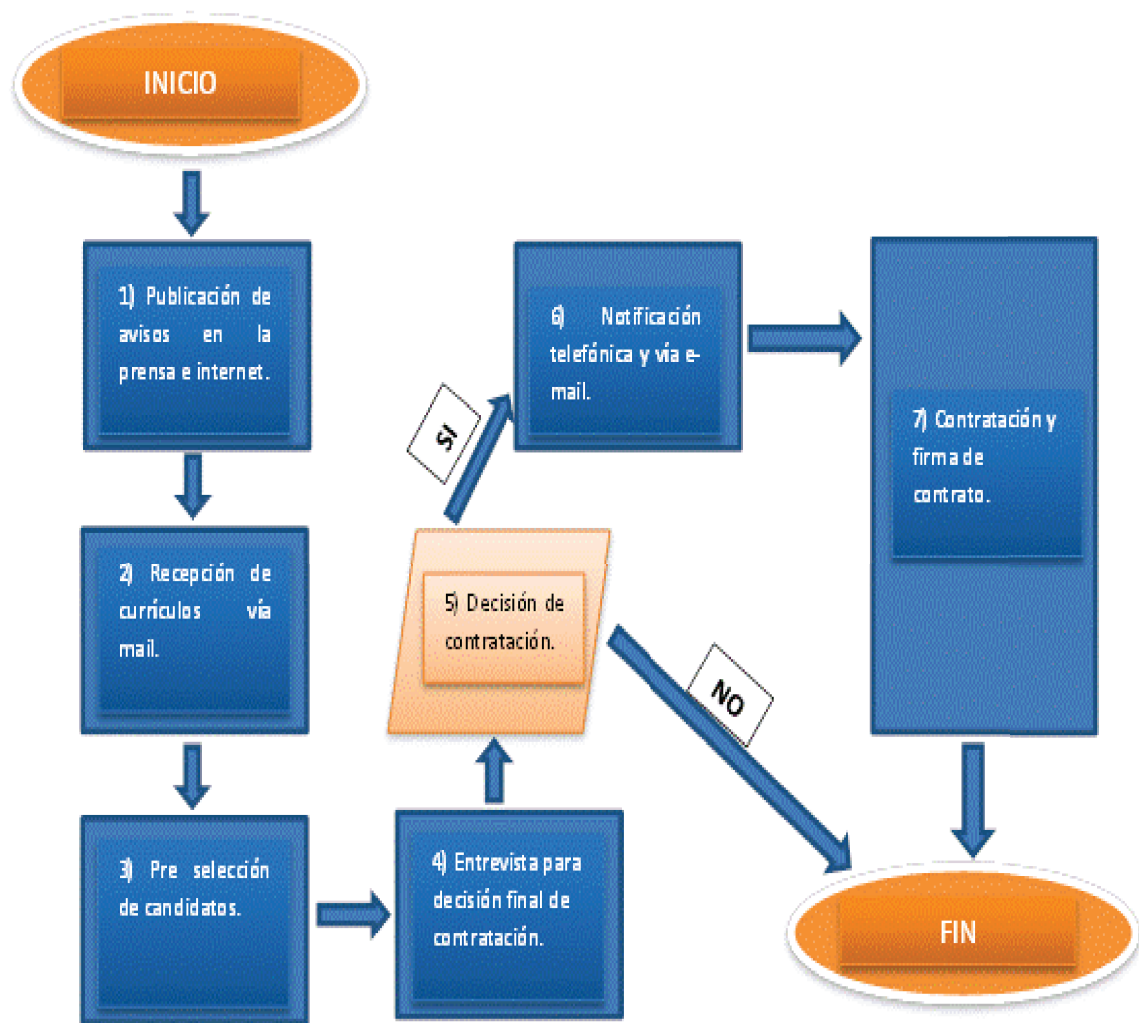
Buena imagen personal: Se refiere a que el Albergue debe proyectar una imagen de seriedad y su comprometimiento para mejorar el servicio hotelero con eficiencia y llegar a superar las expectativas del huésped y los clientes.

Teniendo en cuenta los conceptos básicos mencionados al inicio de ésta parte se los debe asimilar con todo lo que el establecimiento hotelero debe ofrecer en relación a su capacidad financiera.

2.9 PROCESOS DE LA EMPRESA

2.9.1 Proceso de selección de personal

En el siguiente flujo-grama se observa el proceso de contratación de personal que se seguirá para los diferentes puestos que se requiere. Éste proceso estará bajo la supervisión del gerente general.



Realizado por: Diego Torres.

2.9.1.1 Identificación del proceso

En el siguiente cuadro se identifica en qué consiste cada paso y el responsable de llevar a cabo las diferentes actividades, para realizar la contratación de personal, y los documentos de apoyo que prueban la existencia del proceso.

FASE	FLUJOGRAMA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DOCUMENTOS Y REGISTROS
1	Albergue	Buscar el personal adecuado para el funcionamiento del Albergue	Representante legal del Albergue	Facturas de los periódicos y notificaciones electrónicas vía e-mail
2	Albergue	Recepción de currículos vía e-mail	Gerente General	mails recibidos
3	Albergue	Pre-selección de candidatos	Gerente General	Currículos impresos
4	Aspirante	Entrevista	Gerente General	Preguntas y casos ficticios de solución de problemas
5	Albergue	Decisión de contratación	Gerente General	Currículos seleccionados luego de la entrevista
6	Albergue	Notificación	Gerente General	E-mails enviados y llamadas telefónicas
7	Aspirante	Firma del contrato	Gerente General	Contrato de trabajo

Realizado por: Diego Torres.

En el cuadro siguiente se identifica la razón de cada paso, el responsable, cuando se realiza cada paso, en qué lugar se realiza la actividad, y por qué medios se desarrollan cada actividad.

FASE	QUE	RESPONSABLES (QUIEN)		CUANDO	DONDE	COMO
		Representante legal	Gerente G			
1	Para servicio del Albergue	X		Antes de inaugurar el Albergue	Ciudad de Quito	Prensa e Internet
2	Analizar la información		X	Antes de realizar pre-selección	Albergue	E-mail
3	Analizar y seleccionar candidatos		X	Luego de cerrar la recepción de currículos	Albergue	Imprimiendo currículos y estudiándolos
4	Para conocer personalmente a quienes fueron seleccionados, y para autenticar su conocimiento		X	Al momento de haber elegido los candidatos para los diferentes puestos	Albergue	Realizando preguntas
5	Para llenar vacantes de empleo		X	Luego de las entrevistas	Albergue	selección de quienes se desempeñaron mejor la entrevista
6	Informar al escogido que ha sido contratado		X	Después de la junta del Gerente y los socios	Albergue	Vía telefónica y vía mail
7	Legalizar la situación laboral del empleado		X	Día siguiente a la notificación afirmativa	Albergue	Contrato Laboral

Realizado por: Diego Torres.

2.9.1.2 Identificación del valor del proceso

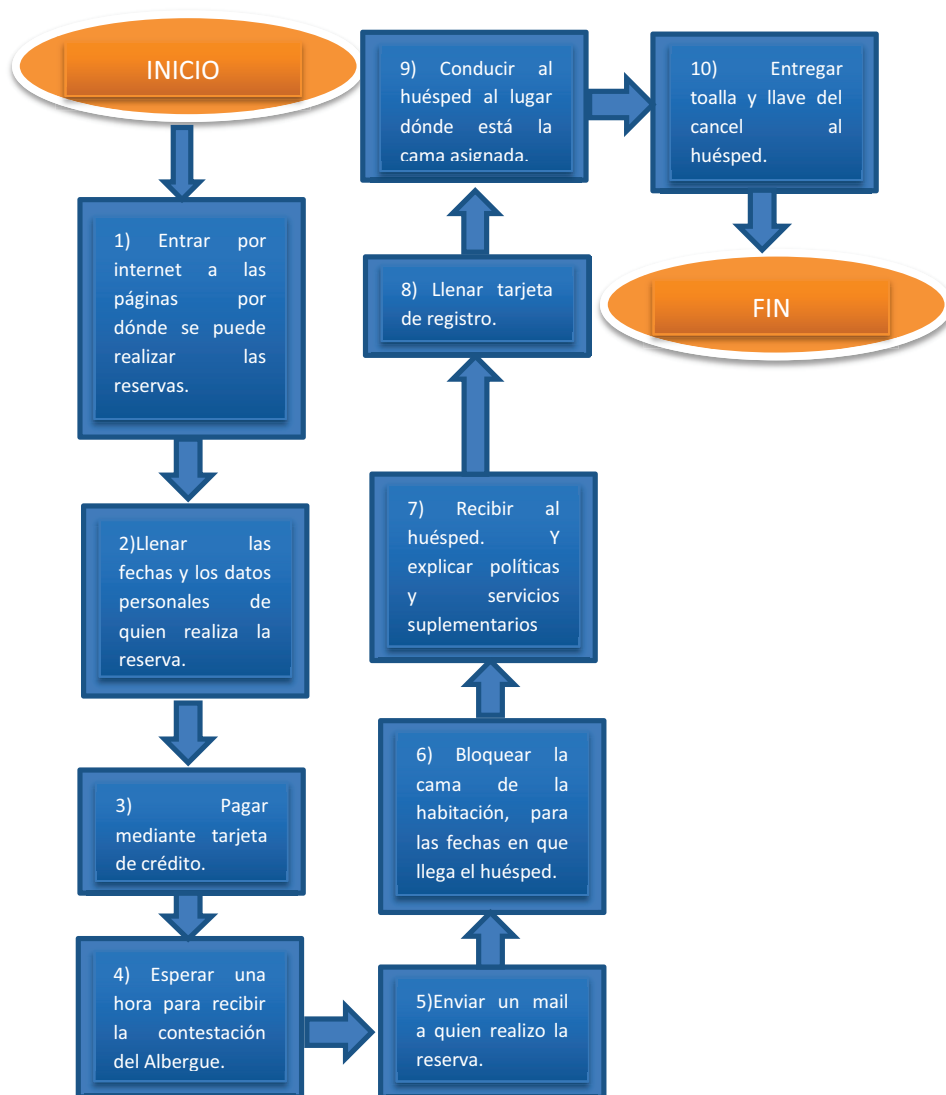
En este cuadro se identifica el tiempo de cada paso del proceso y si tiene o no un valor agregado que interese al huésped. Y qué esté dispuesto a pagar por ese paso.

FASE	FLUJOGRAMA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DOCS Y REGISTROS	TIEMPO	V. AGREGADO	SIN VALOR AGREGADO
1	Albergue	Buscar el personal adecuado para el funcionamiento del Albergue	Representante legal del Albergue	Facturas de los periódicos y notificaciones electrónicas vía e-mail	15 días	X	
2	Albergue	Recepción de currículos vía e-mail	Gerente General	mails recibidos	8 días	X	
3	Albergue	Pre-selección de candidatos	Gerente General	Currículos impresos	2 días	X	
4	Aspirante	Entrevista	Gerente General	Preguntas y casos ficticios de solución de problemas	3 días	X	
5	Albergue	Decisión de contratación	Gerente General	Currículos seleccionados luego de la entrevista	1 día	X	
6	Albergue	Notificación	Gerente General	E-mails enviados y llamadas telefónicas	1 día	X	
7	Aspirante	Firma del contrato	Gerente General	Contrato de trabajo	2 días	X	

Realizado por: Diego Torres.

2.9.2 Proceso de manejo de reservas

Puesto que el Albergue es un lugar de hospedaje pequeño, el manejo de las reservas quedará a cargo de recepción, además otras funciones de cobro y de entrega de información. El proceso es el siguiente.



Realizado por: Diego Torres.

2.9.2.1 Identificación del proceso

En el siguiente cuadro se identifica en que consiste cada paso, a quién pertenece la responsabilidad de llevar a cabo los diferentes pasos para realización de la reservación, los documentos de apoyo y que prueban la existencia de cada paso en el proceso.

FASE	FLUJOGRAMA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DOCUMENTOS Y REGISTROS
1	Ciente / huésped	Ingresar a internet para realizar la reserva	Huéped	Registro Informático
2	Ciente / huésped	Llenar datos y fechas	Huéped	Plataforma virtual
3	Ciente / huésped	Pago mediante tarjeta de crédito	Huéped	Recibo imprimible
4	Ciente / huésped	Espera para recibir la contestación del Albergue	Huéped	correo electrónico
5	Albergue	Confirmar la reserva vía e-mail	Recepcionista	correo electrónico
6	Albergue	Bloquear cama para las fechas específicas	Recepcionista	Plataforma de Excel
7	Albergue	Recibir al huésped	Recepcionista	-
8	Ciente / huésped	Llenar tarjeta de registro	Huéped	Tarjeta de registro
9	Albergue	Conducir al huésped a su cama en la habitación	Recepcionista	-
10	Albergue	Entrega de toalla y llave	Recepcionista	Tarjeta de registro
11	Albergue	Informar de horarios de desayuno, y de servicios suplementarios que ofrece el Albergue	Recepcionista	Carta con políticas y servicios del Albergue en Inglés, Español, Alemán y Francés.

Realizado por: Diego Torres.

En el cuadro siguiente se identifica la razón de cada paso, el responsable, cuándo, en qué lugar, y por qué medios se realiza cada actividad.

FASE	QUE	RESPONSABLES (QUIEN)	CUANDO	DONDE	COMO
1	Realizar reserva	Cliente / Huésped	Piensa en venir a visitar Ecuador	Su domicilio	Internet
2	Informar quién es el principal de la reserva	Cliente / Huésped	Proceso de reserva	Su domicilio	Internet
3	Asegurar reserva	Cliente / Huésped	Final del proceso de reserva	Su domicilio	Internet
4	Conocer si su reserva y pago fue recibido	Cliente / Huésped	Luego de haber hecho la reserva	Su domicilio	E-mail
5	Informar al huésped	Recepcionista	Después de haber recibido la notificación de reserva	Counter de entrada al Albergue	E-mail
6	Evitar ocupación de plazas reservadas en las mismas fechas	Recepcionista	Luego de recibir notificación del pago realizado por el Cliente / Huésped	Counter de entrada al Albergue	Excel
7	Explicar políticas y servicios suplementarios, y evitar malos entendidos	Recepcionista	Llegada del huésped	Albergue	Carta de políticas y servicios suplementarios
8	Registrar al huésped de acuerdo a lo establecido por la ley	Cliente / Huésped	Ingreso del huésped	Counter de entrada al Albergue	Tarjeta de registro
9	Indicar al huésped su lugar	Recepcionista	Luego de haber llenado tarjeta de registro	Albergue	Guía
10	Para seguridad de las pertenencias del huésped y uso personal	Recepcionista	Haber llegado terminado de indicar el lugar del huésped	Habitación del Albergue	Entrega de llave y toalla

Realizado por: Diego Torres.

2.9.2.2 Identificación del valor del proceso

En el siguiente cuadro se observa que algunos pasos son muy importantes, por lo tanto imprescindibles, pues representan un valor agregado para el huésped. Por eso es necesario que el sitio de reservas sea eficiente, fácil de manejar y seguro para la realización de los pagos. Además de la comunicación que debe haber entre el huésped y el Albergue antes y poco después de su llegada y salida.

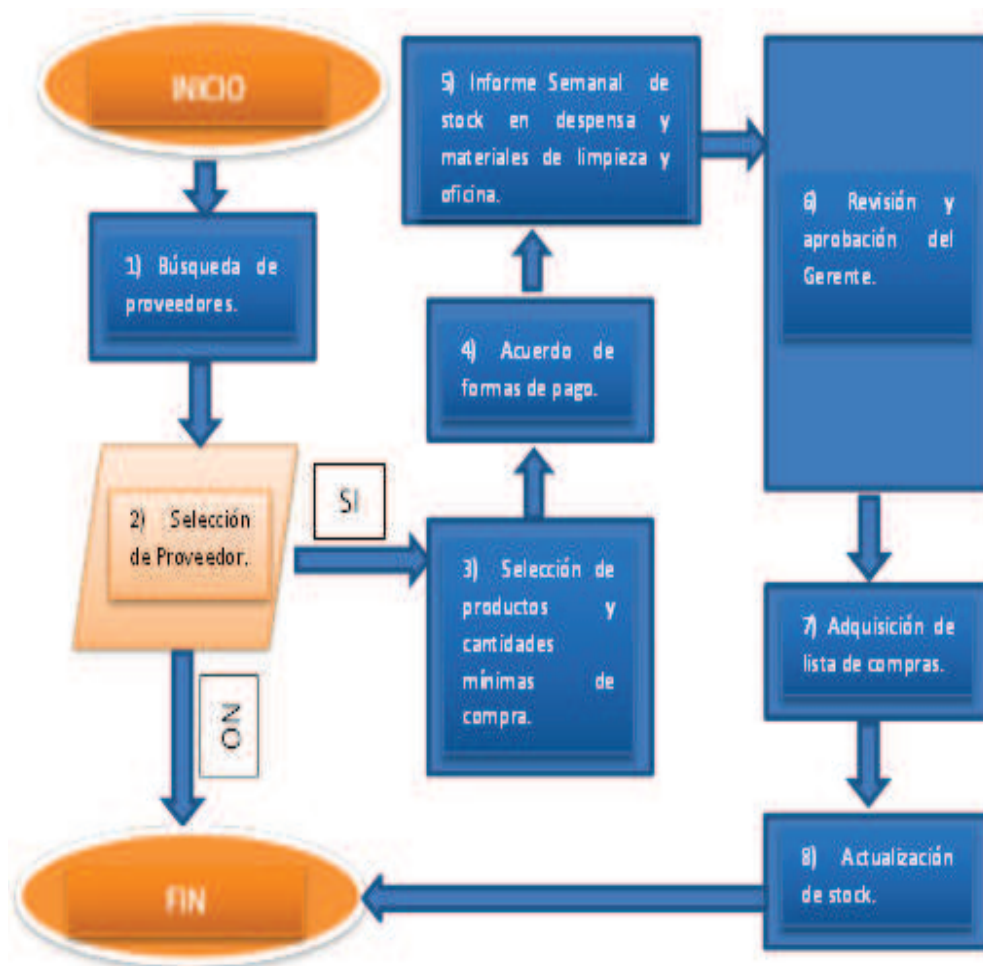
FASE	FLUJOGRAMA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DOCS Y REGISTROS	TIEMPO	V. AGREGADO	SIN VALOR AGREGADO
1	Ciente / huésped	Ingresar a internet para realizar la reserva	Huéped	Registro Informático	5 Min.		X
2	Ciente / huésped	Llenar datos y fechas	Huéped	Plataforma virtual	10 Min.	X	
3	Ciente / huésped	Pago mediante tarjeta de crédito	Huéped	Recibo imprimible	5 Min.	X	
4	Ciente / huésped	Espera para recibir la contestación del Albergue	Huéped	correo electrónico	60 Min.		X
5	Albergue	Confirmar la reserva vía e-mail	Recepcionista	correo electrónico		X	
6	Albergue	Bloquear cama para las fechas específicas	Recepcionista	Plataforma de Excel	5 Min.		X
7	Albergue	Recibir al huésped	Recepcionista	-	20 Min.	X	
8	Ciente / huésped	Llenar tarjeta de registro	Huéped	Tarjeta de registro	5 Min.		X
9	Albergue	Conducir al huésped a su cama en la habitación	Recepcionista	-	3 Min.	X	
10	Albergue	Entrega de toalla y llave	Recepcionista	Tarjeta de registro	5 Min.	X	

Realizado por: Diego Torres.

2.9.3 Proceso de compra

El proceso de compra será muy importante para la operación del Albergue, ya que se dará servicio de desayuno a los huéspedes y servicio de bar-cafetería durante el día, y la tarde.

A continuación se describe el proceso de compra que sigue el Albergue, y que es necesario para poder operar eficientemente sin sufrir escases de productos. Por ello la selección de proveedores confiables, será importante en éste proceso.



Realizado por: Diego Torres.

2.9.3.1 Identificación del proceso

En esta tabla se especifica los responsables de cada paso del proceso de compras, y los documentos y registros que prueban la correcta realización del paso o actividad.

FASE	FLUJOGRAMA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DOCUMENTOS Y REGISTROS
1	Albergue	Busqueda de proveedores	Gerente	Números de contacto y dirección de mail
2	Albergue	Selección de proveedores	Gerente	Tarjetas de presentación y números de contacto
3	Albergue	Selección de productos y cantidades mínimas	Gerente	Carta de cafetería y Kardex
4	Proveedor	Acuerdo de forma de pago	Proveedor	Vouchers, facturas, contrato
5	Albergue	Informe semanal de stock	Personal de cocina	Kardex
6	Albergue	Revisión y aprobación de lista de compras	Gerente	Orden de compras
7	Albergue	Adquisición de lista de compras	Personal de cocina	Facturas
8	Albergue	Actualización de stock	Personal de cocina	Kardex

Realizado por: Diego Torres.

En la siguiente tabla, se establece el porqué de cada paso, el momento en que se debe realizar, el lugar en que requiere ser realizada la actividad y cómo se la va a realizar, es decir los medios que se utilizará para conseguir que el paso o actividad esté correcto.

FASE	QUE	RESPONSABLES (QUIEN)	CUANDO	DONDE	COMO
1	Asegurar adquisición de materia prima	Gerente	Momento de establecer necesidades de compra de materia prima	Albergue	Búsqueda de proveedores en Guía telefónica e internet
2	Asegurar materiales para el funcionamiento diario	Gerente	Luego de haber establecido las necesidades del Albergue	Albergue	Reunión con proveedores
3	Evitar recepción de productos dañados y evitar pérdidas en bodegas por sobre-stock	Gerente	Después de la selección de proveedores	Albergue	Proyección de ventas y ocupación semanal
4	Establecer facilidades de pago en conjunto con el proveedor	Proveedor y Gerente	Momento de realizar las compras	Almacén del proveedor	firma de connvenios y contratos
5	Conocer la necesidad de adquirir los diferentes insumos y materiales	Personal de cocina	Cada fin de semana	Albergue	Kardex
6	Evitar el sobre-stock y evitar gastos innecesarios	Gerente	Cada vez que se requiera algún objeto que no se tiene en existecia	Albergue	Orden de compras
7	Comprar los insumos y materiales que se necesita para la operación diaria	Personal de cocina	Después de haber recibido la aprobación del Gerente	Supermercado y proveedores	Cuentas por pagar y facturas
8	Conocer cantidad y estado de os insumos y materiales	Personal de cocina	Al momento de ingresar los productos que se acaba de comprar	Albergue	Kardex

Realizado por: Diego Torres.

2.9.3.2 Identificación del valor del proceso

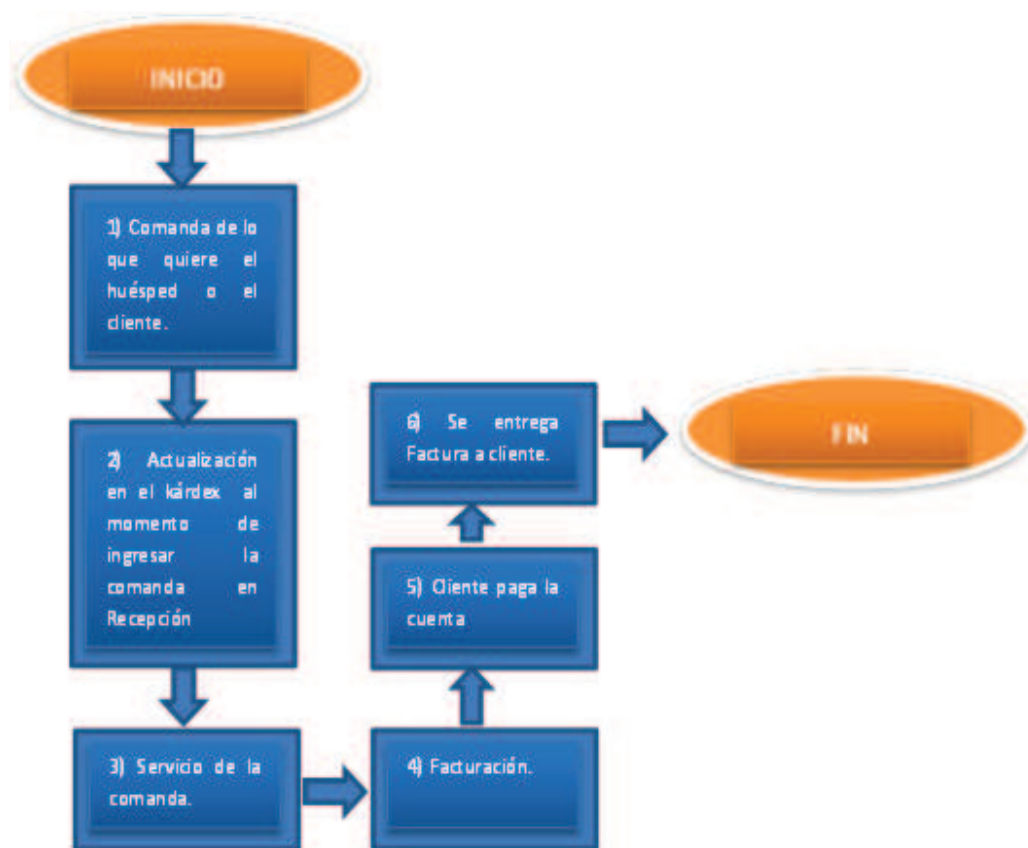
En la tabla solo el paso dos tiene valor agregado para el huésped y el cliente de la cafetería, por la razón que es importante que los proveedores que se eligieron, tengan productos que no afecten la salud del huésped y del cliente.

FASE	FLUJOGRAMA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DOCS Y REGISTROS	TIEMPO	V. AGREGADO	SIN VALOR AGREGADO
1	Albergue	Busqueda de proveedores	Gerente	Números de contacto y dirección de mail	1 día		X
2	Albergue	Selección de proveedores	Gerente	Tarjetas de presentación y números de contacto	2 días	X	
3	Albergue	Selección de productos y cantidades mínimas	Gerente	Carta de cafetería y Kardex	1 día		X
4	Proveedor	Acuerdo de forma de pago	Proveedor	Vouchers, facturas, contrato	1 día		X
5	Albergue	Informe semanal de stock	Personal de cocina	Kardex	1/2 día		X
6	Albergue	Revisión y aprobación de lista de compras	Gerente	Orden de compras	1/4 día		X
7	Albergue	Adquisición de lista de compras	Personal de cocina	Facturas	1/2 día		X
8	Albergue	Actualización de stock	Personal de cocina	Kardex	1/4 día		X

Realizado por: Diego Torres.

2.9.4 Proceso de control de la producción de consumo de alimentos y bebidas

Para éste proceso, el Kardex será llevado en un archivo de Excel, el cuál deberá ser actualizado por el recepcionista, tanto al momento de compra de insumos y materiales, como al momento en que se realiza una comanda de bar o cafetería, incluyendo desayunos que incluye el hospedaje.



Realizado por: Diego Torres.

2.9.4.1 Identificación del proceso

En ésta tabla se establece el responsable de cada actividad dentro del proceso, y los documentos y registros en cada paso del control de la producción y consumo de Cafetería.

FASE	FLUJOGRAMA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DOCUMENTOS Y REGISTROS
1	Cliente / Huésped	Hace pedido de lo que desea consumir	Mesero	Comada escrita
2	Albergue	Ingreso de datos en la computadora	Recepcionista	Banco de información
3	Albergue	Se sirve el pedido	Mesero	-
4	Albergue	Se hace la factura	Recepcionista	Factura
5	Cliente / Huésped	Paga la cuenta	Cliente / Huésped	Dinero pagado en caja
6	Albergue	Entrega factura	Recepcionista	Copia de factura

Realizado por: Diego Torres.

En ésta tabla se especifica el porqué de la actividad, el lugar, el momento y el modo de hacerlo. Teniendo en cuenta que la mayor parte de responsabilidad recae en el control que se realiza en recepción.

FASE	QUE	RESPONSABLES (QUIEN)	CUANDO	DONDE	COMO
1	Para el desayuno o para tomar o comer algo.	Mesero	Al momento del desayuno, o durante horas de atención de la cafetería	Cafetería	Toma de pedido
2	Para actualizar kardex y contabilizar el valor a pagar	Recepcionista	Luego que el mesero ha tomado la orden	Counter	Ingreso de información el el counter
3	Para servir al cliente o huésped	Mesero	Cuando el pedido está listo en cocina	Cafetería	Mesero
4	Para que cliente pague la cuenta	Recepcionista	Después que el cliente ha hecho el pedido al mesero	Counter	impresión de factura
5	Para cancelar valores de consumo adicional al hospedaje	Cliente / Huésped	Luego que el cliente ha terminado de consumir	Cafetería	ingreso de dinero en caja de recepción
6	Para procesos de contabilidad y de tributación	Recepcionista	Luego que el cliente ha pagado su consumo	Counter	Entrega de factura

Realizado por: Diego Torres.

2.9.4.2 Identificación del valor del proceso

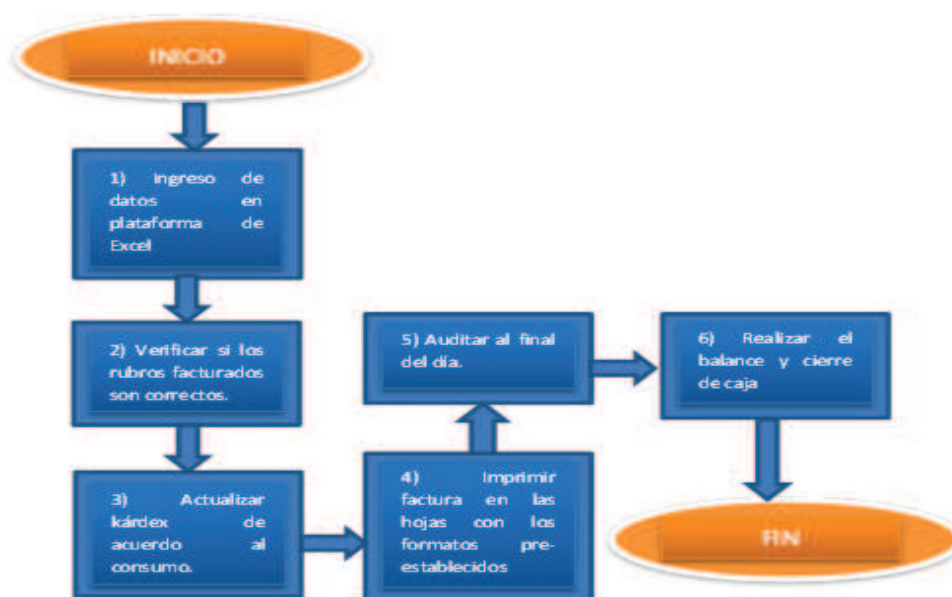
Aquí el valor agregado está relacionado sobre todo al servicio personalizado a través del mesero que atiende al cliente de la cafetería.

FASE	FLUJOGRAMA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DOCS Y REGISTROS	TIEMPO	V. AGREGADO	SIN VALOR AGREGADO
1	Cliente / Huésped	Hace pedido de lo que desea consumir	Mesero	Comada escrita	10 Min.	X	
2	Albergue	Ingreso de datos en la computadora	Recepcionista	Banco de información	5 Min.		X
3	Albergue	Se sirve el pedido	Mesero	-	5 Min.	X	
4	Albergue	Se hace la factura	Recepcionista	Factura	3 Min.	X	
5	Cliente / Huésped	Paga la cuenta	Cliente / Huésped	Dinero pagado en caja	2 Min.	X	
6	Albergue	Entrega factura	Recepcionista	Copia de factura	1 Min.		X

Realizado por: Diego Torres.

2.9.5 PROCESO DE CONTROL DE FACTURACIÓN

En este proceso el recepcionista realiza la emisión de la factura y el gerente es quien realiza el control al final del día, es decir los dos últimos pasos.



Realizado por: Diego Torres.

2.9.5.1 Identificación del proceso

El proceso de facturación se da únicamente en lo que es el servicio de cafetería y bar. Pues como se mencionó anteriormente, para el huésped, el desayuno ya está incluido. Aunque tanto para consumos de cafetería, como para el desayuno del huésped, se debe actualizar el kardex.

FASE	FLUJOGRAMA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DOCUMENTOS Y REGISTROS
1	Albergue	Ingreso de datos	Recepcionista	Plataforma de Excel para factura
2	Albergue	Verificación de rubros	Recepcionista	Comanda de cafetería y tarjeta de registro
3	Albergue	Actualización de kardex	Recepcionista	Comanda de cafetería
4	Albergue	Impresión de factura	Recepcionista	Copia de factura
5	Albergue	Auditoría Nocturna	Gerente	Copias de factura y kardex
6	Albergue	Balance y cierre de caja	Gerente	Facturas y libro mayor

Realizado por: Diego Torres.

En esta tabla es importante centrarse en cómo se hace cada actividad del proceso.

FASE	QUE	RESPONSABLES (QUIEN)	CUANDO	DONDE	COMO
1	Crear base de datos interna	Recepcionista	Momento en que el cliente realiza su pedido	Counter	Ingreso de datos al sistema
2	Evitar malestar por cobros excesivos	Recepcionista	Previamente a la impresión de la factura	Counter	Verificando consumos
3	Conocer cantidad de insumos y materiales	Recepcionista	Antes de imprimir la factura	Counter	Revisando el kardex
4	Cumplir con el sistema de tributación según la ley	Recepcionista	Después de actualizar el kardex	Counter	Emitiendo facturas
5	Verificar que el proceso de cobro y facturación se realicen correctamente	Gerente	Al finalizar el día.	Cafetería	Control del proceso
6	Verificar cuentas al finalizar el día	Gerente	Después de la Auditoría	Cafetería	realizando libro mayor

Realizado por: Diego Torres.

2.9.5.2 Identificación del valor del proceso

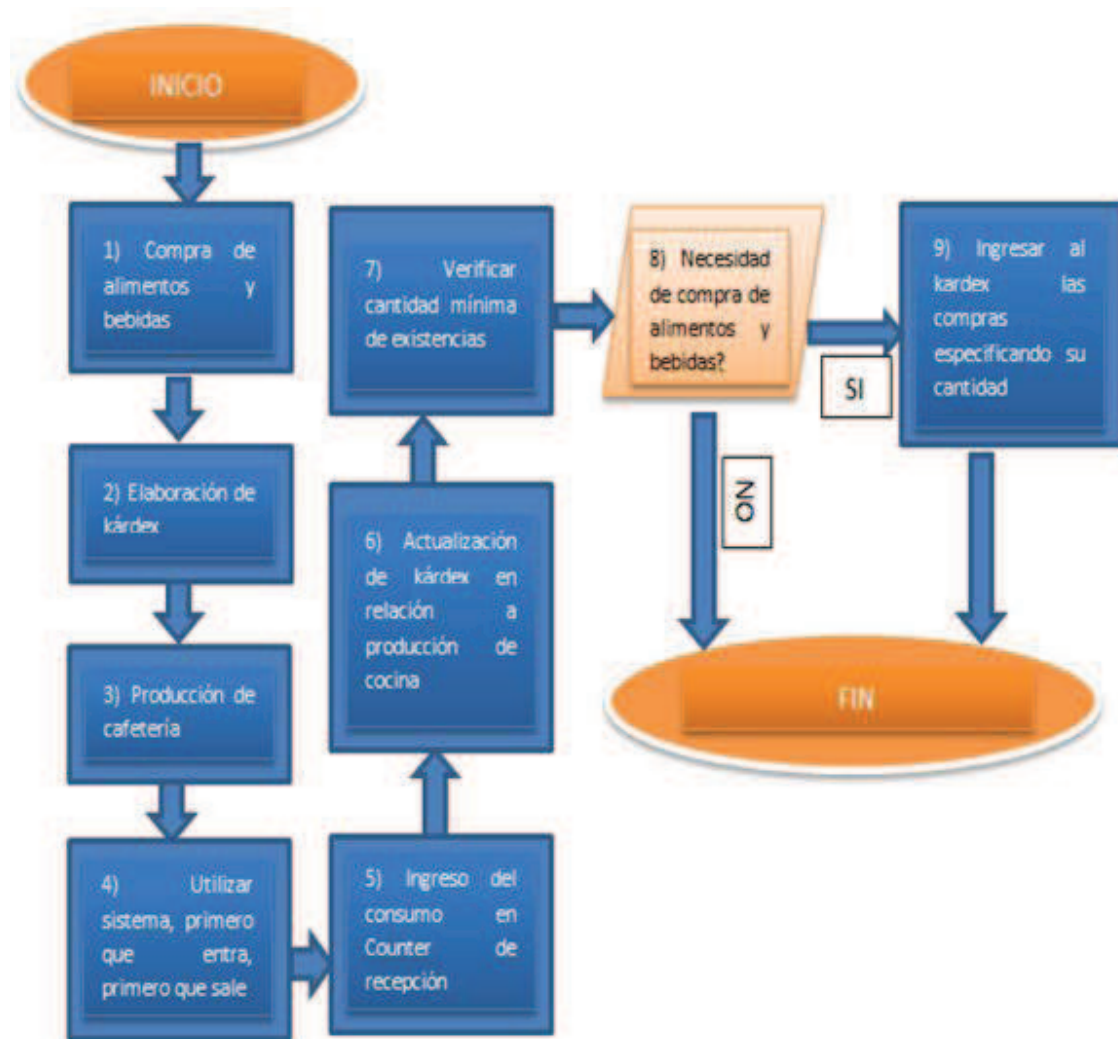
En este proceso los dos únicos pasos que reportan valor agregado para el cliente son el de ingreso de datos pues así se obtiene una base de datos que permite mejorar cada vez el servicio, y la verificación de rubros pues así el cliente no pasa un mal rato por un mal entendido que puede ser evitado.

FASE	FLUJOGRAMA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DOCS Y REGISTROS	TIEMPO	V. AGREGADO	SIN VALOR AGREGADO
1	Albergue	Ingreso de datos	Recepcionista	Plataforma de Excel para factura	5 Min.	X	
2	Albergue	Verificación de rubros	Recepcionista	Comanda de cafetería y tarjeta de registro	5 Min.	X	
3	Albergue	Actualización de kardex	Recepcionista	Comanda de cafetería	10 Min.		X
4	Albergue	Impresión de factura	Recepcionista	Copia de factura	3 Min.		X
5	Albergue	Auditoría Nocturna	Gerente	Copias de factura y kardex	60 Min		X
6	Albergue	Balance y cierre de caja	Gerente	Facturas y libro mayor	80 Min		X

Realizado por: Diego Torres.

2.9.6 PROCESO DE CONTROL DE INVENTARIOS

Este proceso tiene relación con facturación y el proceso de compra.



Realizado por: Diego Torres.

2.9.6.1 Identificación del proceso

En esta tabla se puede apreciar que todos en el Albergue son responsables. El Gerente después de analizar la lista de compras y de autorizar la compra, debe también cada día realizar una auditoría, como se especificó en el proceso de facturación, tanto en relación a los ingresos como en relación al kardex de productos que intervienen en el funcionamiento de la cafetería.

FASE	FLUJOGRAMA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DOCUMENTOS Y REGISTROS
1	Gerencia	Compra de Alimentos y bebidas	Gerente	Facturas de proveedores
2	Cafetería	Elaboración de kardex	Personal de cocina	Kardex
3	Cafetería	Producción	Personal de cocina	Comandas
4	Cafetería	Usar sistema, primero que entra, primero que sale	Personal de cocina	Kardex
5	Recepción	Ingreso de consumo en sistema	Recepcionista	Facturas emitidas
6	Recepción	Actualización de kardex	Recepcionista	Kardex
7	Recepción	Verificar stocks mínimos	Recepcionista	Kardex
8	Cafetería	Compra de Alimentos y bebidas	Personal de cocina y Gerente	Facturas de proveedores
9	Recepción	Revisión y actualización de kardex	Recepcionista	Kardex

Realizado por: Diego Torres.

En la siguiente tabla se puede apreciar cómo se debe hacer y se puede apreciar que apenas termina el proceso cada semana, se debe empezar nuevamente, puesto que las provisiones para la atención se realizan para una semana de servicio.

FASE	QUE	RESPONSABLES (QUIEN)	CUANDO	DONDE	COMO
1	Tener lo necesario para el servicio de cafetería y bar	Gerente	Antes de comenzar la producción	Proveedores	Adquiriendo Alimentos y bebidas de los proveedores
2	Para conocer las existencias y periodicidad con que rotan	Personal de cocina	Luego de haber establecido cantidades máximas y mínimas de stock	Bodega	Realizando kardex
3	Para expendio de Alimentos y Bebidas	Personal de cocina	despues de recibir una comanda	Cocina	Preparando los pedidos de los clientes
4	Para evitar pérdidas de stock por tiempo	Personal de cocina	Después de verificar la fecha de recepción de cada producto	Bodega	Controlando fechas de ingreso y salida de productos
5	Facturación	Recepcionista	Al recibir la comanda	Counter	Introduciendo los datos en la froma de Excel
6	Para conocer las existencias y si es encesarío comprar	Recepcionista	Durante el proceso de facturación	Counter	Controlando cada semana la bodega y el kardex
7	Evitar carencia de productos	Recepcionista	Último día de la semana	Counter y Bodega	Haciendo las compras antes de que los productos se acaben completamente
8	Reemplazar productos utilizados	Personal de cocina y Gerente	Último día de la semana	Proveedores	Controlando que las cantidades de productos se mantengan por encima del mínimo y por debajo del máximo
9	Controlar cantidades y verificar el buen uso de los insumos	Recepcionista	Después de realizar la compra de insumos	Counter y Bodega	Sacando un estandar del uso de cada producto

Realizado por: Diego Torres.

2.9.6.2 Identificación del valor del proceso

El valor agregado en éste proceso está en los pasos de compra de alimentos y bebidas, ya que el huésped espera recibir calidad en los productos que consume y que no dañen su salud, incluido el paso de producción que es muy delicado pues es cuando un producto puede sufrir contaminación. Además de la facturación donde se anota todo lo que consume el cliente.

FASE	FLUJOGRAMA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DOCS Y REGISTROS	TIEMPO	V. AGREGADO	SIN VALOR AGREGADO
1	Gerencia	Compra de Alimentos y bebidas	Gerente	Facturas de proveedores	1 vez por semana	X	
2	Cafetería	Elaboración de kardex	Personal de cocina	Kardex	Toda la semana		X
3	Cafetería	Producción	Personal de cocina	Comandas	Toda la semana	X	
4	Cafetería	Usar sistema, primero que entra, primero que sale	Personal de cocina	Kardex	Toda la semana		X
5	Recepción	Ingreso de consumo en sistema	Recepcionista	Facturas emitidas	Toda la semana	X	
6	Recepción	Actualización de kardex	Recepcionista	Kardex	Toda la semana		X
7	Recepción	Verificar stocks mínimos	Recepcionista	Kardex	1 vez por semana		X
8	Cafetería	Compra de Alimentos y bebidas	Personal de cocina y Gerente	Facturas de proveedores	1 vez por semana	X	
9	Recepción	Revisión y actualización de kardex	Recepcionista	Kardex	Toda la semana		X

Realizado por: Diego Torres.

CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO

3.1 JUSTIFICACIÓN

El estudio de mercado buscará realizar un análisis de la competencia directa e indirecta, demanda insatisfecha y el mercado, permitiendo ver si el proyecto es factible. Además establecer las pautas para realizar el plan de marketing.

3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.1 Objetivo general: Medir la factibilidad del mercado.

3.2.2 Objetivos específicos:

- Conocer si la población está dispuesta a aceptar un nuevo concepto de alojamiento.
- Conocer gustos y preferencias de los posibles clientes.
- Determinar edades de los posibles clientes
- Medir el nivel de clientes insatisfechos con el alojamiento actual.
- Establecer los segmentos de mercado al cual se dirige el nuevo alojamiento
- Analizar la demanda.
- Analizar la oferta.
- Establecer el universo y muestra para aplicación de encuestas.

3.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El documento base para el análisis de la competencia fue obtenido del catastro y esta a su vez fue segmentado de acuerdo a la zona de ubicación del plan de negocio.

Los hoteles que constan en el catastro fueron consultados vía internet y vía telefónica pues algunos no aparecen en el catastro del Ministerio de Turismo que solo está actualizado hasta el año 2010.

La consulta telefónica únicamente se ha realizado a los establecimientos comprendidos en la competencia directa tanto para medir calidad de servicio, como para constatar su existencia. Es así que se ha decidido nombrar a los establecimientos que figuran en los diferentes cuadros que se ven a continuación.

Se analizará la competencia directa e indirecta de acuerdo a los catastros⁷ y a páginas de internet⁸ ubicados en la zona del Centro Histórico de Quito. (Hotel Casa Gangotena, 2011) (hotelesquito, 2012) (booking.com, 2012) (hotelesecuador.com, 2012) (in-quito.com, 2012)

En la competencia indirecta existen siete establecimientos hoteleros considerados de primera clase con una plaza de alojamiento de (273 pax); se encuentran por encima del nivel de servicios complementarios, por lo que serán tomados como competencia indirecta o secundaria. Todos los establecimientos de la competencia indirecta atienden las 24 horas todos los días del año.

⁷ Registro realizado por el Ministerio de Turismo del Ecuador al que los establecimientos hoteleros y demás de servicios complementarios al turismo, como restaurantes y otros deben estar inscritos obligatoriamente de acuerdo a la ley

⁸ Se ha requerido de información referente a ciertos hoteles que no se encontraban en el catastro, debido a que éste, no estaba actualizado, y solo refería a información actualizada hasta el año 2010.

Tabla 3.3.a Calificación cualitativa del servicio de la competencia indirecta

No.	ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA	PRODUCTO	TARIFA POR HABITACIÓN SIMPLE O DOBLE	CALIDAD	SERVICIO	No. De PLAZAS
1	CATEDRAL INTERNACIONAL	PRIMERA	Alojamiento y servicios complementarios	\$ 35,00	R	R	25
2	RELICARIO DEL CARMEN EL	PRIMERA	Alojamiento y servicios complementarios	\$ 100,04	B	B	29
3	PLAZA GRANDE	PRIMERA	Alojamiento y servicios complementarios	\$ 450,00	B	B	38
4	BOUTIQUE PLAZA SUCRE	PRIMERA	Alojamiento y servicios complementarios	\$ 62,00	B	B	45
5	PATIO ANDALUZ EL	PRIMERA	Alojamiento y servicios complementarios	\$ 190,00	B	B	62
6	VILLA COLONNA BED AND BREAKFAST	PRIMERA	Alojamiento y servicios complementarios	\$ 200,00	B	B	12
7	CASA GANGOTENA	PRIMERA	Alojamiento y servicios complementarios	\$ 375,00	B	B	62

B = Bueno	R = Regular	M = Malo
-----------	-------------	----------

Elaborado por: Diego Torres

La competencia directa estará establecida por los establecimientos de segunda y tercera categoría cuyas plazas de alojamiento en total son de 892 repartidas en cinco establecimientos de segunda categoría y catorce de tercera categoría.

Tabla 3.3.b Calificación cualitativa del servicio de la competencia directa

No.	ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA	PRODUCTO	TARIFA POR HABITACIÓN SIMPLE	CALIDAD	SERVICIO	No. De PLAZAS
1	MIA LETICIA	SEGUNDA	Bed & breakfast	\$ 27,00	B	B	30
2	GRAND HOTEL	SEGUNDA	Alojamiento	\$ 12,00	R	R	22
3	REAL AUDIENCIA	SEGUNDA	Bed & breakfast	\$ 40,00	B	B	69
4	SAN FRANCISCO DE QUITO	SEGUNDA	Alojamiento	\$ 31,36	B	R	65
5	PIEDRA DORADA	SEGUNDA	Alojamiento	\$ 9,00	R	M	57
6	PASCO	TERCERA	Alojamiento	\$ 12,00	R	M	28
7	QUITO CULTURAL	TERCERA	Bed & breakfast	\$ 30,00	B	R	50
9	PICHINCHA CENTRO	TERCERA	Alojamiento	\$ 15,00	R	R	37
10	PUERTA DEL SOL	TERCERA	Alojamiento	\$ 16,00	R	R	58
11	RINCON FAMILIAR	TERCERA	Alojamiento	\$ 9,00	M	M	35
12	FLORES DE MI CASA	TERCERA	Alojamiento	\$ 15,00	R	M	24
13	INGATUR	TERCERA	Bed & breakfast	\$ 5,00	M	M	37
14	SANTIAGO	TERCERA	Alojamiento	\$ 10,00	M	M	36
15	CANARIAS LAS	TERCERA	Bed & breakfast	\$ 9,00	M	M	49
16	POSADA COLONIAL LA	TERCERA	Bed & breakfast	\$ 9,00	R	R	29
17	HUASI CONTINENTAL	TERCERA	Alojamiento	\$ 35,00	R	M	90
18	INTERAMERICANO	TERCERA	Bed & breakfast	\$ 30,00	B	R	96
19	COLONIAL HOUSE INN	TERCERA	Alojamiento	\$ 9,00	R	M	33
20	INTERNACIONAL PLAZA DEL TEATRO	TERCERA	Bed & breakfast	\$ 20,00	R	B	47
B = Bueno			R = Regular		M = Malo		

Elaborado por: Diego Torres

3.3.1 Características de la competencia

Todos los establecimientos tomados en cuenta se encuentran exclusivamente en el perímetro que conforma el Centro Histórico de Quito.

Cumplen con los requisitos de funcionamiento⁹ y están al día con pagos.

⁹ Ver anexo 5.2.

Para establecer las características se a detallara de la siguiente manera:

Competencia directa:

- 8 de los establecimientos incluyen desayuno americano¹⁰ o continental.¹¹
- Todos están ubicados en el Centro Histórico de Quito.
- La infraestructura de todos los hoteles son del siglo XIX o principios del XX.
- La gran mayoría se promociona por internet gracias a la subscripción en algunas páginas citadas en el pie de página número 23.
- La mayoría tiene personal capacitado en atención.
- Todos imponen una tarifa individual, que es el precio base que se incrementa dependiendo del número de personas.
- Su mercado se enfoca principalmente en turistas jóvenes extranjeros.

Competencia indirecta:

- Todos ofrecen desayuno en su tarifa, los otros servicios complementarios tienen un cargo adicional.
- Todos tienen su propia página web y además también están suscritos a páginas de reservas como las citadas anteriormente.
- Todos ofrecen la posibilidad de reserva electrónica vía internet.
- Las infraestructuras de los hoteles son de finales del siglo XVIII y finales del siglo XIX.
- Su mercado principal, está conformado por empresarios y turistas extranjeros.

¹⁰ Desayuno que consta de café, chocolate o té, pan, mermelada, mantequilla, huevos, fruta picada y zumo de fruta.

¹¹ Similar al desayuno americano pero sin huevos, ni fruta picada.

Parámetros adicionales para determinar la competencia en relación al tipo de establecimiento que se está investigando en este plan de negocio son:

- Tarifa por huésped
- Localización
- El funcionamiento
- Pertenencia a la Categoría según catastro

El resultado de esta investigación en términos generales se tiene que:

La competencia directa e indirecta es de 15 establecimientos que ofrecen servicio de alimentación, dentro de los cuales hay siete establecimientos de primera categoría que representan el 46.67%. Seguidos por los de tercera categoría con seis establecimientos que son el 40%. Finalmente de los establecimientos de segunda categoría solo dos ofrecen el servicio de alimentación y es el 13.33%.

Gráfico 3.3.1.a Total de establecimientos que ofrecen servicio de A&B



Elaborado por: Diego Torres

A continuación se pone un cuadro con el nombre, la clasificación, precio, servicio y número de plazas de los establecimientos pertenecientes a la competencia directa e indirecta.

Gráfico 3.3.1.b Precio Promedio por Categoría (Elaborado por: Diego Torres)

Tipo de Actividad	Nombre	Categoría	Habitaciones	Plazas Habitaciones	Mesas Total	PRECIOS	Precio promedio por categoría
HOSTAL	CATEDRAL INTERNACIONAL	PRIMERA	15	25	26	\$ 35,00	\$ 201,72
HOSTAL	RELICARIO DEL CARMEN EL	PRIMERA	18	29	6	\$ 100,04	
HOSTAL	PLAZA GRANDE	PRIMERA	15	38	66	\$ 450,00	
HOSTAL RESIDENCIA	BOUTIQUE PLAZA SUCRE	PRIMERA	25	45	8	\$ 62,00	
HOTEL	PATIO ANDALUZ EL	PRIMERA	31	62	28	\$ 190,00	
PENSION	VILLA COLONNA BED AND BREAKFAST	PRIMERA	6	12	2	\$ 200,00	
hotel	CASA GANGOTENA	PRIMERA	31	62	SI	\$ 375,00	
HOSTAL RESIDENCIA	MIA LETICIA	SEGUNDA	12	30	3	\$ 27,00	\$ 23,87
HOTEL	GRAND HOTEL	SEGUNDA	12	22	0	\$ 12,00	
HOTEL	REAL AUDIENCIA	SEGUNDA	29	69	20	\$ 40,00	
HOTEL RESIDENCIA	SAN FRANCISCO DE QUITO	SEGUNDA	28	65	0	\$ 31,36	
HOTEL RESIDENCIA	PIEDRA DORADA	SEGUNDA	45	57	0	\$ 9,00	
HOSTAL RESIDENCIA	PASCO	TERCERA	13	28	0	\$ 12,00	\$ 16,00
HOSTAL RESIDENCIA	QUITO CULTURAL	TERCERA	20	50	3	\$ 30,00	
HOSTAL RESIDENCIA	PICHINCHA CENTRO	TERCERA	20	37	0	\$ 15,00	
HOSTAL RESIDENCIA	PUERTA DEL SOL	TERCERA	14	58	0	\$ 16,00	
HOSTAL RESIDENCIA	RINCON FAMILIAR	TERCERA	19	35	0	\$ 9,00	
HOSTAL RESIDENCIA	FLORES DE MI CASA	TERCERA	14	24	0	\$ 15,00	
HOSTAL RESIDENCIA	INGATUR	TERCERA	22	37	1	\$ 5,00	
HOSTAL RESIDENCIA	SANTIAGO	TERCERA	16	36	0	\$ 10,00	
HOSTAL RESIDENCIA	CANARIAS LAS	TERCERA	18	49	11	\$ 9,00	
HOSTAL RESIDENCIA	POSADA COLONIAL LA	TERCERA	13	29	5	\$ 9,00	
HOTEL RESIDENCIA	HUASI CONTINENTAL	TERCERA	40	90	0	\$ 35,00	
HOTEL	INTERAMERICANO	TERCERA	60	96	10	\$ 30,00	
HOSTAL RESIDENCIA	COLONIAL HOUSE INN	TERCERA	15	33	0	\$ 9,00	
HOTEL	INTERNACIONAL PLAZA DEL TEATRO	TERCERA	23	47	10	\$ 20,00	

3.3.2 Matriz de perfil competitivo

Permitirá identificar fortalezas y debilidades del Albergue en relación a su competencia directa e indirecta.

Tabla 3.3.2 Factores de éxito

No.	Factores claves de éxito	Importancia
1	Servicio al cliente	10
2	Profesionalismo del personal	10
3	Seguridad	10
4	Promocion	10
5	Información turística	10
6	Infraestructura	9
7	Precios competitivos	9
8	Toures complementarios por el centro Histórico de Quito	9
9	Ubicación	8
10	servicios complementarios de comunicación (Internet, teléfono)	8
11	Comodidad y privacidad	7
12	Limpieza	7
13	Transporte y vialidad	7
14	Servicios complementarios de alimentación	6

Elaborado por: Diego Torres

3.3.2.1 Descripción de los factores claves de éxito:

1. Grupo Importancia 10:
 - a. Para este grupo se toma en cuenta los siguientes factores:
 - i. Servicio al cliente
 - ii. Profesionalismo del personal
 - iii. Seguridad
 - iv. Promoción

v. Información turística

Para el huésped es muy importante obtener un buen servicio brindado por un personal capacitado capaz de dar informaciones veraces que el cliente necesite durante su viaje. Además es importante que se brinde seguridad al huésped y sus pertenencias en el interior del albergue. Por otro lado, la promoción es necesaria, que convenza al huésped para que se decida tomar el servicio del Albergue, a otras opciones existentes, garantizando un servicio de calidad.

2. Grupo Importancia 9:

a. Para este grupo se toma en cuenta los siguientes factores:

- i. Infraestructura
- ii. Precios competitivos
- iii. Tours por el centro histórico de Quito

La infraestructura es importante en el sentido de seguridad, comodidad, y calidad. Es de interés del huésped, que los servicios básicos funcionen correctamente, que no existan molestias por desperfectos causados sea por el clima o por negligencia del Albergue.

Es necesario mantenerse en un rango de precios que no sea exorbitante en relación a los precios de la competencia directa; tanto en caso de ser superiores como inferiores para evitar entrar en una guerra de precios.

Además el albergue, será el único en ofrecer recorridos por el centro histórico a los huéspedes en 3 idiomas además del español (francés, alemán, inglés); el cliente elige los museos y lugares a visitar de acuerdo a su tiempo y a su economía, puesto que éstos tours tendrán un costo extra a la tarifa contratada.

3. Grupo de Importancia 8:

- a. Para éste grupo se toma en cuenta los siguientes factores:
 - i. Ubicación
 - ii. Servicios complementarios de comunicación (Internet, teléfono)

La ubicación es importante porque el Centro Histórico de Quito es el lugar más turístico de la ciudad. Por otro lado los servicios de comunicación son importantes pues muchos huéspedes llevan consigo dispositivos electrónicos que se conectan al internet gracias a redes inalámbricas para comunicarse con sus amigos y familia; el teléfono es menos indispensable pero siempre debe estar disponible por si el cliente desea hacer una llamada local, o internacional; en caso de emergencia o necesidades varias.

4. Grupo de Importancia 7:

- a. Para este grupo se toma en cuenta los siguientes factores:
 - i. Comodidad y privacidad
 - ii. Limpieza
 - iii. Transporte y vialidad

Aquí es indispensable la limpieza del albergue y sus instalaciones. También es importante brindar comodidad en todas las áreas accesibles para huéspedes y clientes internos, y brindar una privacidad mínima en cuanto a habitaciones y baños; pues como se dijo con anterioridad, las habitaciones y los baños son compartidos, aunque no de uso mixto.

5. Grupo de Importancia 6:

- a. Para este grupo se toma en cuenta el siguiente factor:
 - i. Servicios complementarios de alimentación.

El albergue proporcionará únicamente el desayuno que está incluido en la tarifa por huésped; sin embargo durante toda la tarde¹² el albergue prestará servicio de cafetería que permitirá al huésped, y a clientes externos, tomar bebidas frías o calientes y cocteles acompañados con antojos típicos de sal y de dulce.

¹² De 15h00 a 20h00.

Tabla 3.3.2.a Matriz de perfil competitivo (Competencia Indirecta)

MATRIZ DE PERIL COMPETITIVO COMPETENCIA INDIRECTA																	
FACTORES CLAVES DE ÉXITO	Imp.	IMP. PONDERADA	CATEDRAL INTERNACIONAL		RELICARIO DEL CARMEN EL		PLAZA GRANDE		BOUTIQUE PLAZA SUCRE		PATIO ANDALUZ EL		VILLA COLONNA BED AND BREAKFAST		CASA GANGOTENA		
			EFFECTO	PROD.	EFFECTO	PROD.	EFFECTO	PROD.	EFFECTO	PROD.	EFFECTO	PROD.	EFFECTO	PROD.	EFFECTO	PROD.	
Servicio al cliente	10	0,0833	9	0,7500	9	0,7500	10	0,8333	10	0,8333	10	0,8333	8	0,6667	10	0,8333	
Profesionalismo del personal	10	0,0833	9	0,7500	9	0,7500	10	0,8333	9	0,7500	10	0,8333	8	0,6667	10	0,8333	
Seguridad	10	0,0833	9	0,7500	10	0,8333	10	0,8333	8	0,6667	10	0,8333	8	0,6667	10	0,8333	
Promocion	10	0,0833	10	0,8333	10	0,8333	10	0,8333	9	0,7500	10	0,8333	8	0,6667	10	0,8333	
Información turística	10	0,0833	10	0,8333	9	0,7500	10	0,8333	10	0,8333	10	0,8333	8	0,6667	10	0,8333	
Infraestructura	9	0,0750	10	0,7500	10	0,7500	10	0,7500	10	0,7500	10	0,7500	9	0,6750	10	0,7500	
Precios competitivos	9	0,0750	7	0,5250	8	0,6000	7	0,5250	8	0,6000	7	0,5250	9	0,6750	6	0,4500	
Tours																	
complementarios por el centro Histórico de Quito	9	0,0750	6	0,4500	7	0,5250	7	0,5250	6	0,4500	7	0,5250	6	0,4500	8	0,6000	
Ubicación	8	0,0667	10	0,6667	10	0,6667	8	0,5333	9	0,6000	10	0,6667	7	0,4667	10	0,6667	
servicios complementarios de comunicación (Internet, teléfono)	8	0,0667	10	0,6667	10	0,6667	10	0,6667	10	0,6667	10	0,6667	8	0,5333	10	0,6667	
Comodidad y privacidad	7	0,0583	10	0,5833	10	0,5833	10	0,5833	10	0,5833	10	0,5833	9	0,5250	10	0,5833	
Limpieza	7	0,0583	10	0,5833	10	0,5833	10	0,5833	10	0,5833	10	0,5833	9	0,5250	10	0,5833	
Transporte y vialidad	7	0,0583	9	0,5250	10	0,5833	9	0,5250	9	0,5250	10	0,5833	9	0,5250	10	0,5833	
Servicios complementarios de alimentación	6	0,0500	8	0,4000	8	0,4000	9	0,4500	9	0,4500	9	0,4500	8	0,4000	7	0,3500	
TOTAL	120	1,00		9,07		9,28		9,31		9,04		9,50		8,11		9,40	

Elaborado por: Diego Torres

Tabla 3.3.2.b Matriz de perfil competitivo (Competencia Directa)

FACTORES CLAVES DE ÉXITO	Imp.	IMP. PONDERADA	MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO COMPETENCIA DIRECTA												INTERNACIONAL PLAZA DEL TEATRO	
			MIA LETICIA		REAL AUDIENCIA		SAN FRANCISCO DE QUITO		QUITO CULTURAL		INTERAMERICANO		QUITO CULTURAL		INTERAMERICANO	
			EFEECTO	PROD.	EFEECTO	PROD.	EFEECTO	PROD.	EFEECTO	PROD.	EFEECTO	PROD.	EFEECTO	PROD.	EFEECTO	PROD.
Servicio al cliente	10	0,0833	9	0,7500	9	0,7500	8	0,6667	8	0,6667	8	0,6667	8	0,6667	8	0,6667
Profesionalismo del personal	10	0,0833	8	0,6667	9	0,7500	7	0,5833	7	0,5833	7	0,5833	7	0,5833	7	0,5833
Seguridad	10	0,0833	8	0,6667	8	0,6667	7	0,5833	7	0,5833	7	0,5833	7	0,5833	7	0,5833
Promoción	10	0,0833	10	0,8333	9	0,7500	8	0,6667	8	0,6667	8	0,6667	8	0,6667	8	0,6667
Información turística	10	0,0833	8	0,6667	7	0,5833	6	0,5000	6	0,5000	6	0,5000	6	0,5000	7	0,5833
Infraestructura	9	0,0750	9	0,6750	9	0,6750	8	0,6000	8	0,6000	8	0,6000	8	0,6000	8	0,6000
Precios competitivos	9	0,0750	10	0,7500	9	0,6750	9	0,6750	9	0,6750	7	0,5250	9	0,6750	9	0,6750
Tours complementarios por el centro Histórico de Quito	9	0,0750	6	0,4500	6	0,4500	6	0,4500	6	0,4500	6	0,4500	6	0,4500	6	0,4500
Ubicación servicios complementarios de comunicación (Internet, teléfono)	8	0,0667	8	0,5333	8	0,5333	8	0,5333	8	0,5333	8	0,5333	8	0,5333	8	0,5333
Comodidad y privacidad	7	0,0583	7	0,4083	8	0,4667	7	0,4083	7	0,4083	7	0,4083	7	0,4083	7	0,4083
Limpieza	7	0,0583	7	0,4083	8	0,4667	7	0,4083	7	0,4083	7	0,4083	7	0,4083	7	0,4083
Transporte y vialidad	7	0,0583	7	0,4083	7	0,4083	7	0,4083	7	0,4083	7	0,4083	7	0,4083	7	0,4083
Servicios complementarios de alimentación	6	0,0500	7	0,3500	8	0,4000	6	0,3000	6	0,3000	6	0,3000	6	0,3000	6	0,3000
TOTAL	120	1,00	8,10		8,11		7,25		7,25		7,10		7,25		7,33	

Elaborado por: Diego Torres

3.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El análisis de la demanda es un estudio que permite establecer la cantidad, y las cualidades que marcan y caracterizan a los clientes potenciales.

El análisis del estado de la demanda se divide en dos apartados el análisis cuantitativo que es el que estudia todos los factores que influyen en el número de clientes potenciales, y el análisis cualitativo que profundiza en las capacidades y comportamientos de los clientes en la zona de influencia. (Vallsmadella, 2002: 69)

Para el presente estudio, la demanda se ha establecido en base a la información obtenida del Sistema informático integral de la Policía Nacional de la Dirección Nacional de Migración del año 2011. Los países que se han escogido son: Alemania, Estados Unidos, Francia, Reino Unido¹³, Holanda, y Australia.

Los países mencionados han sido escogidos pues los turistas provenientes de esos países tienen ingresos que les permite viajar con una frecuencia alta. Además se ha tomado como referencia únicamente el número de extranjeros que han salido del país¹⁴, pues así la información será más verídica; ya que si se toma a los extranjeros que ingresan, no todos son visitantes ocasionales pues algunos se quedan en el país, sea por trabajo, o bien porque residen en Ecuador.

¹³ Gran Bretaña.

¹⁴ Aquellos que después de su estadía en Ecuador, han regresado a su país de origen.

Gráfico 3.4 Extranjeros de los países que forman parte de la Demanda

	PAÍS	ECUATORIANOS		EXTRANJEROS	
		SALIDA	INGRESO	SALIDA	INGRESO
2011	ALEMANIA	5086	3207	26462	26678
	ESTADOS UNIDOS	358502	353146	238576	241615
	FRANCIA	3758	1981	20143	20439
	GRAN BRETAÑA	2316	1407	22784	22880
	HOLANDA	2992	7010	10416	10467
	AUSTRALIA	320	226	10078	10236
	TOTAL	372974	366977	328459	332315

Elaborado por: Dirección Nacional de Migración.

3.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA

3.5.1 Análisis de la oferta derivada del servicio hotelero (Acerenza M. Á., 2004: 17)¹⁵

Se ha analizado la oferta de atractivos turísticos de la zona en que estará ubicado el albergue, y además la infraestructura de acceso y servicios complementarios al alojamiento. Para esto se pide ver el capítulo II¹⁶, donde se ha detallado todo lo referente que haría del albergue un lugar apetecido por los turistas para alojarse.

¹⁵ Ver Libro “Marketing Hotelero” capítulo 2

¹⁶ 2.7 Atractivos del Centro Histórico de Quito y tabla 2.7

2.8.1 Transporte

2.8.2 Acceso.

3.5.2 Análisis de la oferta del servicio de Alojamiento en la zona del Centro Histórico de Quito

Como se constató en el análisis de la competencia existen 19 establecimientos considerados como competencia directa del Albergue, de los cuales 6 han resaltado por ser aquellos que podrían competir más fuertemente con el Albergue Juvenil. Para mayor detalle se pide revisar el capítulo III, el punto 3.4 análisis de la Demanda.

3.6 UNIVERSO Y MUESTRA

Para la obtención del universo se ha usado los datos descritos en el análisis de la demanda. Además del total de turistas que salieron del país en el año del 2011 de cada país, se ha sesgado de acuerdo a porcentajes oficiales de los diferentes países escogidos; tanto para el rango de edad, la situación laboral y económica encontrada en páginas web. (Hutter, 2011) (DESTATIS, 2011) (INFOPLEASE, 2011) (INFOPLEASE, 2011) (Australian Bureau of Statistics, 2010) (Australian Bureau of Statistics, 2010) (Imsero, 2010) (Imsero, 2009) (Statistics Netherlands, 2011)

En el caso de Francia, Gran Bretaña, Holanda, y Australia, los porcentajes de situación laboral, y el de sueldo por año; ha sido modificado, pues según los estándares de vida de dichos países son bastante elevados. Y se ha establecido que los turistas de dichos países que vienen al Ecuador en calidad de turismo y cuyo número es mucho más reducido que el de Alemania y Estados Unidos; se deduce que en casi su totalidad son gente con los recursos suficientes para viajar pues tienen un trabajo estable y ganan más de 15.000 dólares al año.

En el caso particular de Alemania, según las estadísticas oficiales, solo el 0,05% de la sociedad, no tiene empleo. En el caso de Estados Unidos, a pesar de que los datos están dados en base a porcentajes reales, la situación es algo más polémica pues hay que saber

que muchos de los que vienen y regresan a Estado Unidos son migrantes que vienen al Ecuador a visitar familiares.

Para sesgar el número de turistas se ha utilizado los filtros de Edad (18-25), situación laboral, y sueldo anual (15 – 25 mil) dólares.

Ejemplo:

Turistas que salen de Alemania y regresan a ésta = 26.462

32.54% Edad (18 – 25) = 8.611

53.44% Situación Laboral = $8.611 * 0.5344 = 4.602$

99.95% Reciben un sueldo anual de (15 – 25 dólares) = $4.602 * 0.9995 = 4599$

El **cuadro 3.6** con los resultados es siguiente:

PAIS	Extranjeros	EDAD (18-25)	Resultado	SITUACIÓN LABORAL	Resultado	Sueldo por año	TOTAL
	SALIDA			Con empleo		15,000 a 25,000	
ALEMANIA	26462	32,54%	8611	53,44%	4602	99,95%	4599
ESTADOS UNIDOS	238576	13,90%	33162	59,70%	19798	12,80%	2534
FRANCIA	20143	5,06%	1019	98,00%	999	97%	969
GRAN BRETAGIA	22784	6,05%	1378	99,00%	1365	99%	1351
HOLANDA	10416	9,86%	1027	96,00%	986	98%	966
AUSTRALIA	10078	1,89%	190	99,50%	190	99,5%	189
TOTAL	328459						10608

Realizado por: Diego Torres.

El universo es de 10.608 turistas durante el año.

Muestra: Fórmula que se aplicará es la siguiente:

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

- **Z**= Nivel de confianza **Z**= 95%
- **N**= Universo **N**= 10.608 pax.
- **p**= Probabilidad a favor **p**= 0.5
- **q**= Probabilidad en contra **q**= 0.5
- **n**= tamaño de la muestra **n**= ?
- **e**= Error de estimación **e**= 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2 * 10.608 * 0.5 * 0.5}{[0.05^2 * (10.608 - 1)] + [1.96^2 * 0.5 * 0.5]} = 370$$

3.7 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

El segmento de mercado al que está enfocado el Albergue está compuesto por extranjeros principalmente europeos, norteamericanos, y australianos. Por lo que la encuesta se realizará a gente de dichos países principalmente.

Los australianos, aunque son menos numerosos que los turistas provenientes de otros lugares como Europa y Estados Unidos, son un nicho importante pues tienen un nivel económico que les permite viajar varias veces al año.

Los países Europeos y Estados Unidos, son mercados tradicionales del Ecuador, tanto en turismo, como en negocios internacionales de comercio.

3.7.1 Diseño de la encuesta

La presente encuesta tenía como objetivo, el conocer la temporalidad de los viajes del segmento escogido; además de sus preferencias y necesidades al momento de buscar alojamiento en sus destinos vacacionales.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

La presente encuesta es un documento con fines académicos para la obtención del grado en Administración de Empresas Hoteleras en la Universidad SEK del Ecuador.

ENCUESTA

Edad

Sexo M ☐ F ☐

1) ¿Qué tiempo dedica usted a sus vacaciones en el año?

- 3 días ☐
- 5 días ☐
- 1 semana ☐
- 2 semanas ☐
- 3 semanas ☐
- 1 mes ☐

2) El último viaje que realizó, lo hizo con:

Familia ☐ Amigos ☐ Pareja ☐ Solo ☐

3) Valore con la escala (1 – 3 – 5). Donde 1 es poca importancia, 3 es importancia media, y 5 es muy importante; de acuerdo a lo que usted considera importante en un establecimiento de alojamiento.

- Precio ☐

- Seguridad ☐
- Limpieza ☐
- Buen servicio ☐
- Calidad ☐
- Servicios de alimentación ☐

4) ¿Qué tipo de alojamiento acostumbra usted a tomar con más frecuencia, cuando viaja a una ciudad diferente a la de su residencia? (Solo una respuesta)

- Hostal ☐
- Hotel ☐
- Youth Hostel ☐
- Pensión ☐
- Apart-Hotel ☐

5) ¿Cuáles son sus influencias y/o referencias al momento de elegir un establecimiento de alojamiento?

Familiares ☐ Agencias de viaje ☐ Internet ☐

6) ¿Estaría usted dispuesto a hospedarse en un albergue juvenil, donde las habitaciones y el baño son compartidos?

SI ☐ No ☐ Si su respuesta es si continúe con la encuesta.

7) Valore Según la importancia que usted da a los servicios complementarios que debe poseer un establecimiento de alojamiento (1 poca importancia; 3 importante; 5 muy importante)

- Servicio de alimentación ☐
- Servicio de wireless ☐
- Servicio de información turística de la zona ☐
- Servicio de contacto con operadoras y agencias turísticas ☐
- Seguridad para su equipaje. ☐
- Áreas recreativas dentro del establecimiento ☐

8) ¿Cómo preferiría usted, que la información le fuese entregada?

- Correo Electrónico (Messenger, gmail, yahoo, etc) ☐
- Redes Sociales (Facebook, twitter) ☐
- Página web ☐

9) ¿Cuánto estaría usted, dispuesto a pagar por un Albergue Juvenil (YOUTH-HOSTEL), que ofrece seguridad para sus pertenencias, desayuno Americano, información en Inglés, español, francés y alemán, servicio de wireless? (En dólares)

- 25\$ - 34\$ ☐
- 35\$ – 44\$ ☐
- 45\$ - 54\$ ☐

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

This survey is a document for academic purposes for obtaining a degree in Business Administration of hospitality enterprises at International SEK University Ecuador.

SURVEY

Age

Sex M ☐ F ☐

1) What time do you spend your vacation in the year?

- 3 days ☐
- 5 days ☐
- 1 week ☐
- 2 weeks ☐
- 3 weeks ☐
- 1 month ☐

2) The last trip you made, you did it with:

Family ☐ Friends ☐ Couple ☐ Single ☐

3) Assess the scale (1 - 3 - 5). Where 1 is unimportant, 3 is average importance, and 5 is very important according to what you consider important in an accommodation facility

- Price ☐
- Security ☐
- Cleanliness ☐
- Good Service ☐
- Quality ☐
- Foodservice ☐

4) What type of accommodation you get used more often to take when traveling to a city different from your residence? (Only one answer)

- Hostel ☐
- Hotel ☐
- Youth Hostel ☐
- Pension ☐
- Apart-Hotel ☐

5) What are your influences and / or references when choosing an accommodation facility?

Family ☐ Travel agencies ☐ Internet ☐

6) Would you be willing to stay at a youth hostel where the rooms and bathroom are shared?

YES ☐ No ☐ if your answer is **yes**, continue with the survey

7) Rate According to the importance you place the additional services must have an accommodation (1 minor, 3 important, 5 very important)

- Food Service ☐
- wireless service ☐
- Tourist information service in the area ☐
- Service information and contact with operators and tourist agencies ☐
- Security for your luggage ☐
- Recreational areas within the accommodation facility ☐

8) How would you prefer that the information you were given?

- E-mail (Messenger, Gmail, Yahoo, etc) ☐
- Social Networks (Facebook, twitter) ☐
- web page ☐

9) How much would you willing to pay for a Youth Hostel (YOUTH-HOSTEL), which provides security for your belongings, American breakfast, information in English, Spanish, French and German and wireless service? (In dollars)

- 25\$ - 34\$ ☐
- 35\$ – 44\$ ☐
- 45\$ - 54\$ ☐

THANKS FOR YOUR HELP!

3.7.1.1 Aplicación de la Encuesta

La encuesta se ha realizado en tres zonas de Quito que comprende el Aeropuerto en el andén de salidas internacionales, la zona comprendida desde la Mariscal hasta la Avenida Patria, y el Centro Histórico. Para menos molestia del entrevistado, el encuestador ha llenado las encuestas de acuerdo a las respuestas del turista. Todas las encuestas fueron hechas en inglés pues quienes están dentro del universo son anglófonos en su mayoría y aunque otros no provienen de un país anglófono hablan el inglés como un idioma internacional¹⁷.

En el Aeropuerto se ha elegido exclusivamente para realizar las encuestas, la parte que comprende el andén de salida internacional, por lo motivos siguientes:

En primer lugar porque es menos molesto para el viajero, el responder una encuesta al momento del regreso a su lugar de origen pues en promedio dispone de 3 horas antes de que su salga su vuelo; del que gasta aproximadamente 30 minutos en estar fuera en la parte pública que precede a los filtros de seguridad y los counters¹⁸ de registro de las aerolíneas.

En segundo lugar porque al contrario del momento de la llegada el viajero no tiene el estrés del cansancio del viaje que le incita a correr para llegar lo más pronto al hotel para poder reponerse del viaje. Y en tercer lugar porque el aeropuerto presenta la oportunidad de encuestar a los extranjeros que salen del país y que están dentro del segmento deseado y es además un lugar de diaria afluencia de extranjeros que regresan a sus países.

La zona de la Mariscal y Patria, ha sido escogida pues dentro de Quito es una zona que por sus múltiples bares, cafés, restaurantes, y hoteles pequeños durante todo el día se puede encontrar extranjeros. Sobre todo se ha puesto énfasis en realizar las encuestas en zonas cercanas al mercado artesanal de Quito ubicado en la Juan León Mera ya que durante el día muchos turistas extranjeros vienen a comprar suvenires y están más relajados y abiertos a responder unas pocas preguntas.

¹⁷ En el caso de los franceses se tuvo que traducir las preguntas al francés, para algunos de ellos.

¹⁸ Escritorios donde el viajante se registra y deja las maletas que van en el equipaje.

El Centro Histórico de Quito, aunque menos representativo en las encuestas es importante pues es el lugar donde estará ubicado el Albergue juvenil. Sin embargo ha sido más difícil realizar las encuestas porque la mayoría de turistas tienen listas sus rutas y sus tours con el tiempo suficiente de visitar los lugares de interés y regresar a sus hoteles.

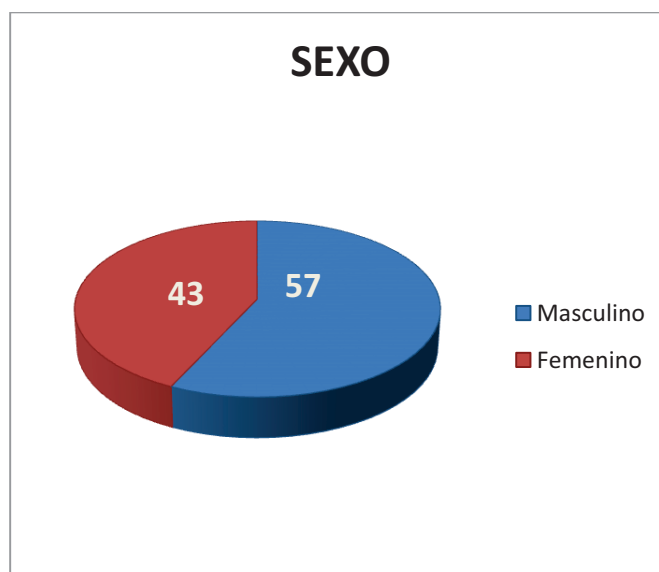
3.7.2 Análisis de resultados

Los resultados de las encuestas realizadas a 370 personas extranjeras que comprenden las edades de 18 a 25 años de niveles socio - económicos Medio, Medio-Alto y Alto que visitan la ciudad de Quito dieron como resultados los siguientes datos:

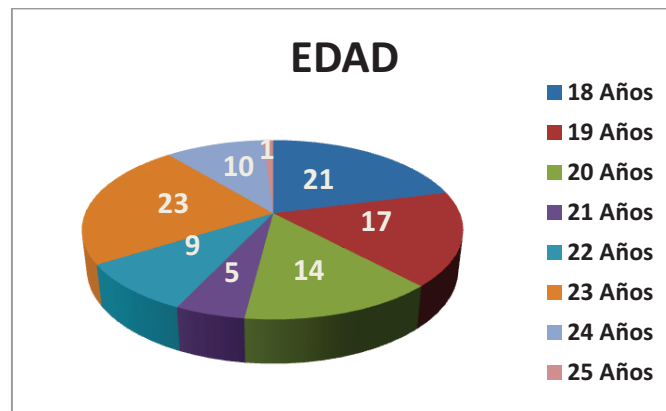
Preguntas:

***Nota:** los resultados están expresados en valores de porcentajes (%).*

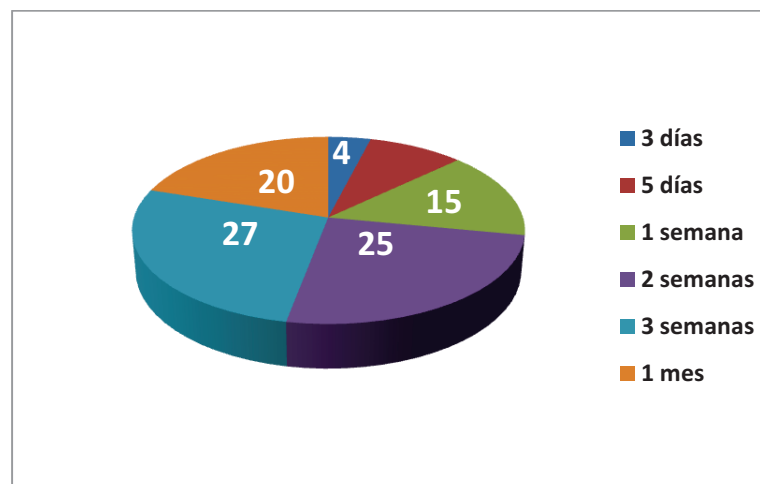
SEXO:



EDAD:

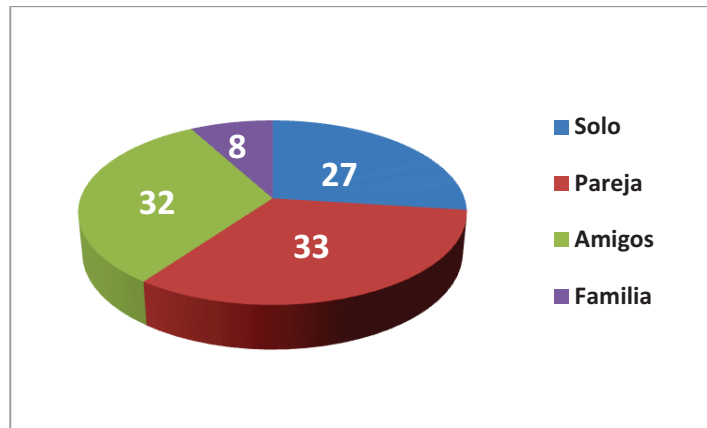


1. ¿Qué tiempo dedica usted a sus vacaciones en el año?



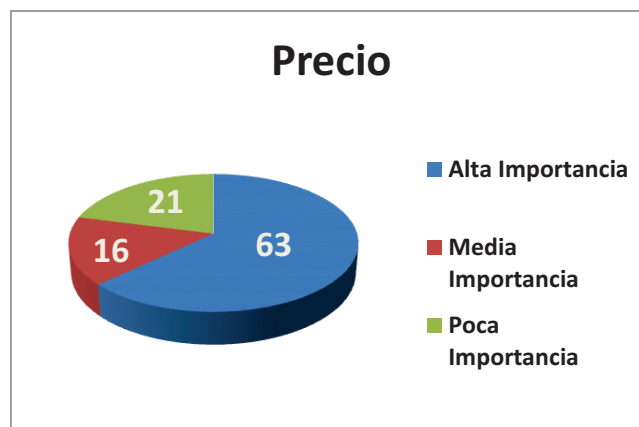
El 72% de los individuos encuestados indica que sus vacaciones anuales son desde 2 semanas a 1 mes. Siendo más representativo un promedio de 3 semanas.

2. El último viaje que realizó, lo hizo con:

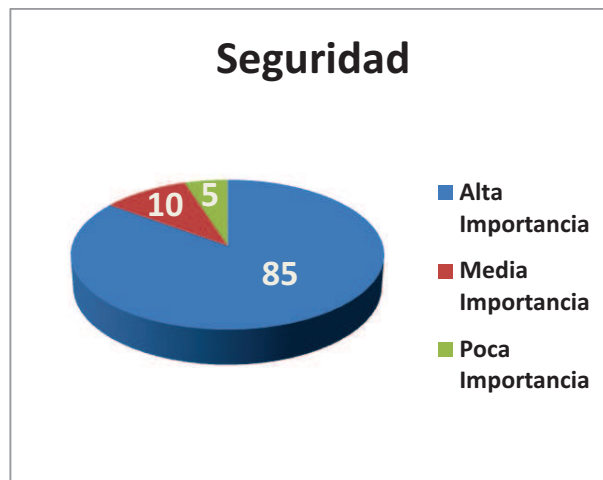


El 32% de los encuestados viajan con grupos de amigos y el 27% viaja solo.

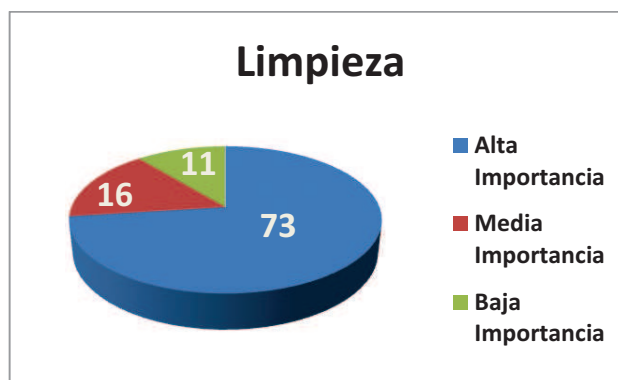
3. Valore con la escala (1-3-5). Donde 1 es poca importancia, 3 es importancia media, y 5 es muy importante; de acuerdo a lo que usted considera importante en un establecimiento de alojamiento.



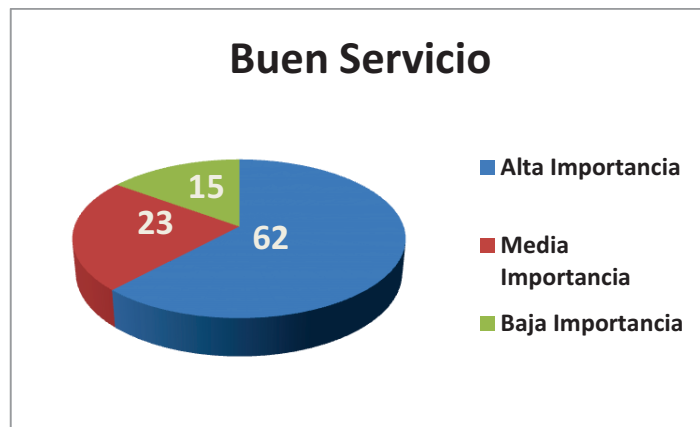
Para el 63% el precio es un factor importante al momento de elegir un establecimiento de hospedaje.



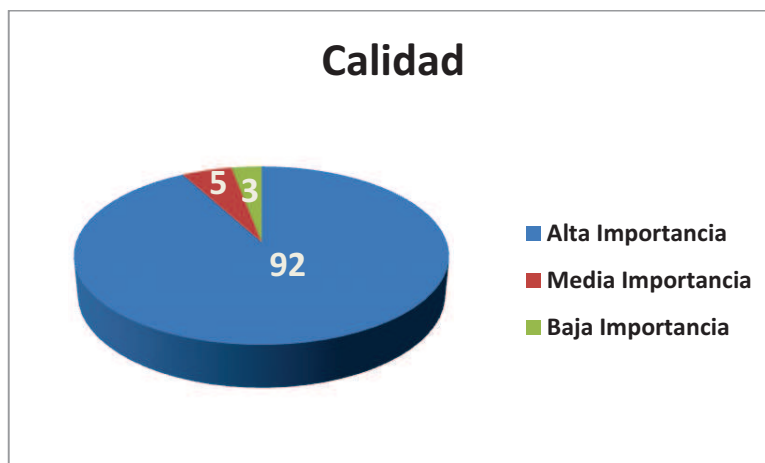
La seguridad de la integridad física y del entorno, es para el 85% muy importante.



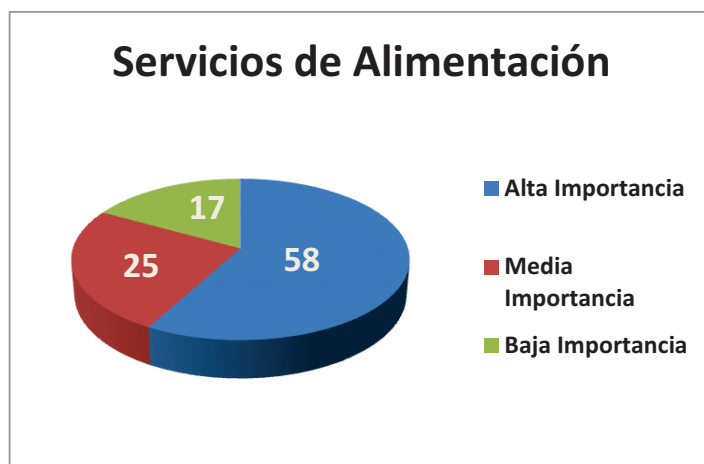
El 73% requiere un ambiente limpio para sentirse cómodo en el lugar de hospedaje.



En los lugares de hospedaje, de acuerdo a la encuesta, el 85% de turistas esperan un buen servicio indiferentemente del establecimiento y su categoría.

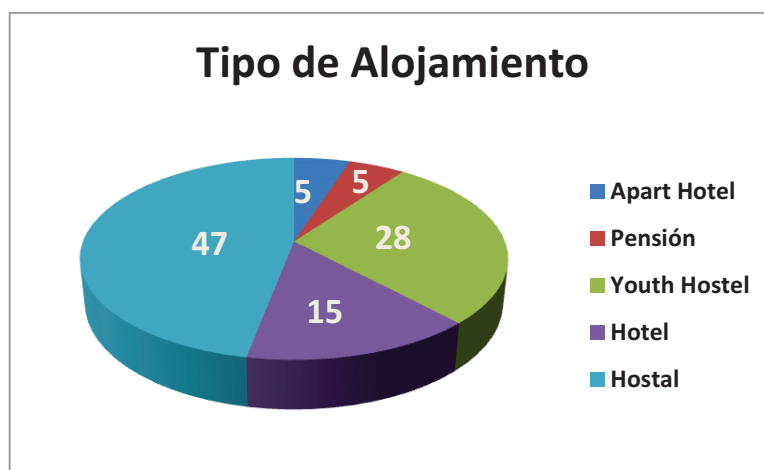


El 92% concuerda en que la calidad debe estar implícita en el servicio de hospedaje.



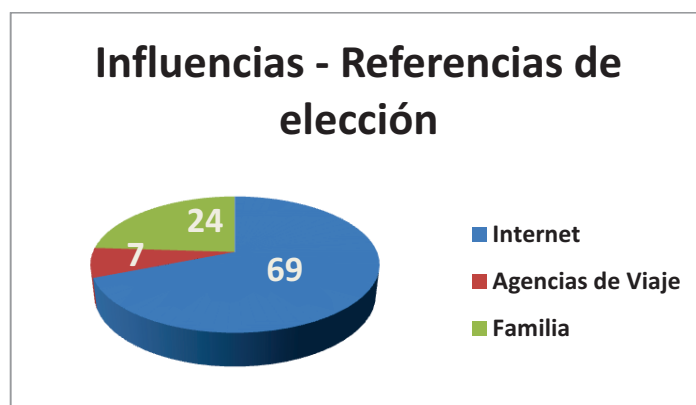
El servicio de Alimentación es requerido en mayor o menor grado por el 83% de los encuestados.

4. ¿Qué tipo de alojamiento acostumbra usted a tomar con más frecuencia, cuando viaja a una ciudad diferente a la de su residencia?



El 47% de las personas encuestadas señalan que acostumbran hospedarse en Hostales y el 28% en hostales juveniles (Youth Hostel) cuando viajan fuera de su ciudad de residencia.

5. ¿Cuáles son sus influencias y/o referencias al momento de elegir un establecimiento de alojamiento?



El 69% de las personas extranjeras encuestadas indicaron que el Internet es el medio por el cual fueron influenciados o recomendados para elegir un establecimiento de alojamiento.

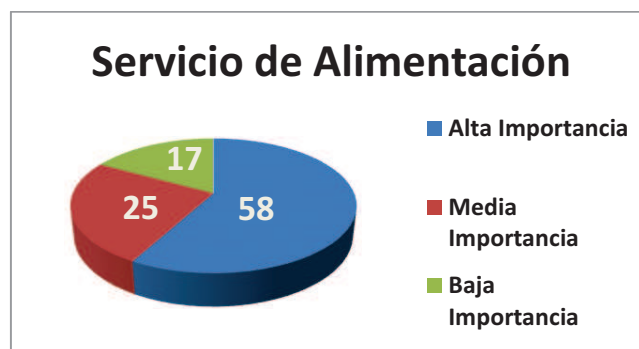
6. ¿Estaría usted dispuesto a hospedarse en un albergue juvenil, donde las habitaciones y el baño son compartidos?



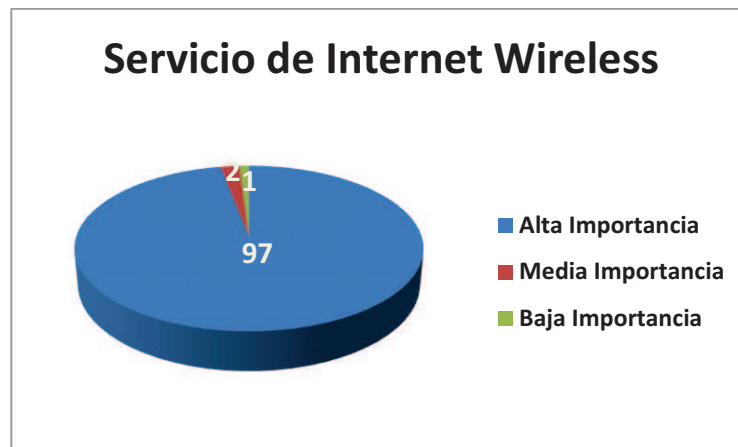
El 67% de los individuos en estudio si estarían dispuestos a hospedarse en un albergue juvenil (Youth Hostel) y no les importaría que la habitación y el baño sean compartidos con otros huéspedes.

Nota: desde éste punto los que respondieron si, y siguen con la encuesta, son 248 personas que pasan a ser el 100%.

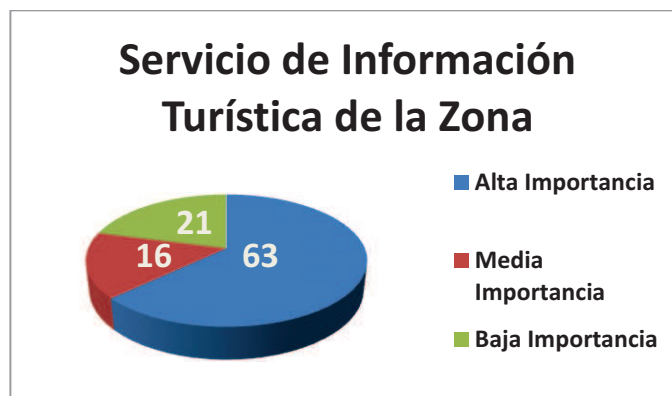
7. Valore según la importancia que usted da a los servicios complementarios que debe poseer un establecimiento de alojamiento (1 poca importancia; 3 importante; 5 muy importante)



El servicio de alimentación dentro de un establecimiento de hospedaje es importante para la mayoría de viajeros.

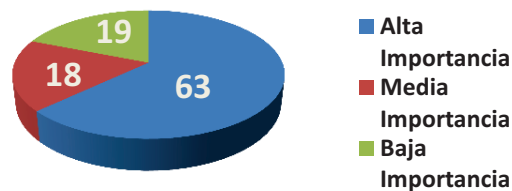


El 97% considera al wireless como un servicio básico pues les permite estar comunicados con su país de origen y buscar información de interés.



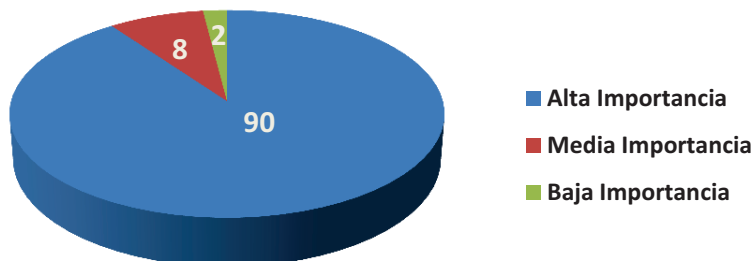
El 79% requiere que se le informe de lugares de interés turístico.

Servicio de Contacto con Agencias de Viaje

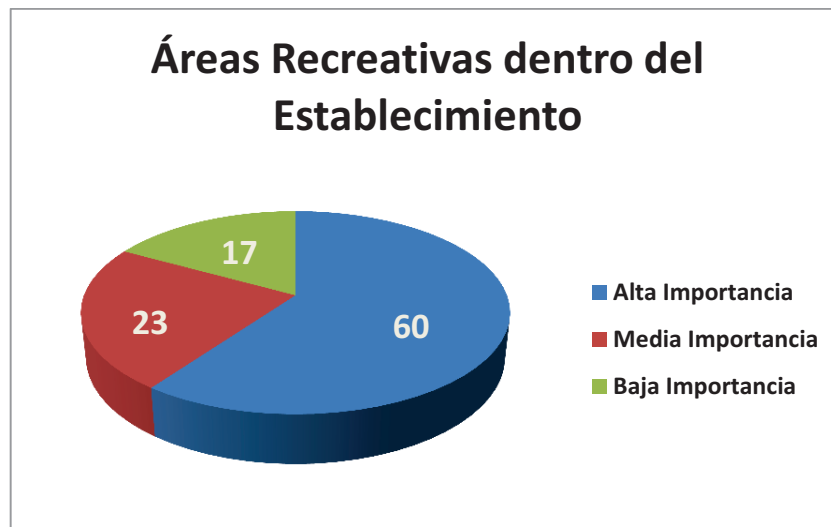


El 63% afirma que es útil la ayuda para contactar Agencias de Viaje o Tour Operadoras.

Seguridad para Equipaje

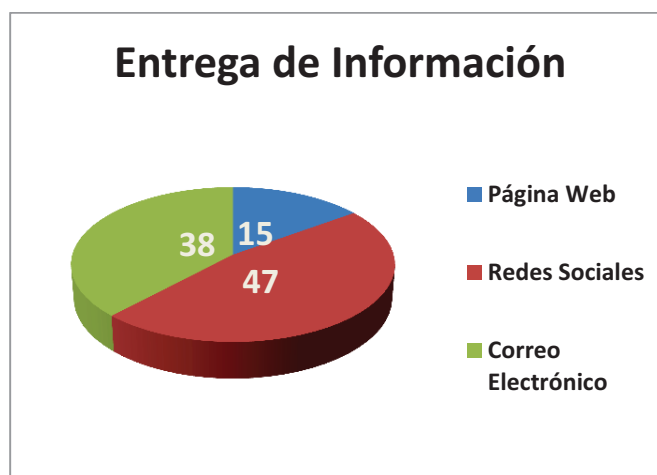


El 90% de los encuestados piensa que es muy importante que sus pertenencias estén al resguardo y el establecimiento les garantice seguridad a sus pertenencias.



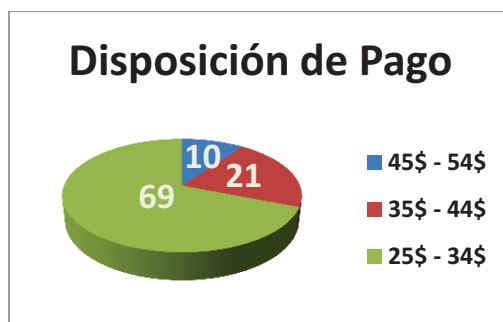
El 83% concuerda en que en el Albergue debe haber una zona recreativa o social.

8. ¿Cómo preferiría usted, que la información le fuese entregada?



El 85% de las personas encuestadas prefieren recibir información del alojamiento mediante redes sociales y correo electrónico.

9. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar diariamente por un Albergue Juvenil (Youth Hostel), que ofrece seguridad para sus pertenencias, desayuno Americano, información en inglés, español, francés y alemán, servicio de internet vía Wireless? (en dólares).



El 69% de los individuos en estudio contestaron que estarían dispuestos a pagar entre \$25 a 34 dólares americanos por hospedarse diariamente en la ciudad de Quito en un Youth Hostel.

3.7.3 Conclusiones del Estudio de Mercado

De acuerdo a las encuestas realizadas se ha podido afirmar que un Albergue Juvenil (Youth Hostel) podría tener una buena acogida por los jóvenes turistas en el Centro Histórico de Quito. Además el precio marcado por la mayoría fue de 34USD, complementando el servicio de alojamiento con el de restauración, especialmente para el desayuno que es imprescindible para comenzar el día.

También se visualiza la oportunidad de promocionarse a más personas por un costo más bajo mediante el internet, tanto por mail como por redes sociales que tienen una gran acogida entre todos los jóvenes que están dispuestos a adquirir el servicio del Albergue Juvenil.

Puede haber oportunidad de ofrecer servicios turísticos extra; sea mediante convenios con Tour Operadoras y Agencias de Viaje, tomando comisión, por cada cliente del Albergue que se contacte por mediación del Albergue. Además es importante que a pesar de que las habitaciones son compartidas, se está brindando seguridad a las pertenencias del huésped mediante la implementación de cancelas individuales a un lado de cada cama.

De los resultados obtenidos en la pregunta cuatro algunos de los encuestados prefieren alojarse en alberges (Youth Hostel), sin embargo en la pregunta seis responden que cuando visitan Ecuador prefieren alojarse en hostales principalmente, por que estos ofrecen un servicio adecuado, mientras aquellos similares a los alberges el servicio es precario.

Por lo tanto la mayoría de ellos al momento de venir al Ecuador vieron que los precios eran similares a la de establecimientos como los hostales dónde las habitaciones no son compartidas. Por lo tanto prefirieron quedarse en otros establecimientos dentro del país.

Por otra parte se puede identificar a los Hostales como la competencia directa más fuerte ya que son los establecimientos más utilizados por los turistas.

CAPÍTULO IV: DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

4.1 MISIÓN

Asistir y acoger al joven turista que busca un lugar adecuado y sin que represente un gasto alto para hospedarse; y así disfrutar de una nueva cultura en un ambiente amigable. Promoviendo un servicio de calidad a todos los visitantes logrando su comodidad y satisfacción.

4.2 VISIÓN

Convertirse en una empresa con sólido prestigio de alojamiento a nivel local, fomentando el desarrollo turístico de la Ciudad de Quito; ofreciendo diversos servicios que permitan el bienestar de los huéspedes. Siempre comprometidos a través de la mejora continua dentro de un marco de cultura y hospitalidad.

4.3 PLAN DE MARKETING

El plan de Marketing es el que permitirá dar forma al servicio de alojamiento que pretende ofrecer el Albergue Juvenil. Además se analizará las características del Servicio y sus componentes. Y también a donde se quiere proyectar a futuro y cuál es el objetivo o misión del Albergue.

4.4 OBJETIVOS DEL PLAN

4.4.1 Objetivo general: Establecer los lineamientos que debe seguir el Albergue para ser atractivo al público objetivo.

4.4.2 Objetivos específicos:

- Establecer los canales de comunicación adecuados para llegar al público objetivo del Albergue Juvenil.
- Describir y explicar el producto.
- Establecer el precio tomando en cuenta el estudio de mercado.
- Identificar clientes internos y externos.
- Identificar los elementos tangibles del Servicio de hospedaje que brinda el Albergue Juvenil.

4.5 MARKETING MIX

Para ésta parte se utilizará el marketing de servicios que cuenta con siete partes; al contrario del de productos que solo tiene las cuatro primeras partes que se desarrollaran a continuación.

4.5.1 Servicio (Producto)

El Albergue Juvenil es un establecimiento de alojamiento con una tarifa individual por noche y las habitaciones son compartidas. Hombres y mujeres separados. Además hay dos baños compartidos, igualmente uno para usos exclusivo de mujeres y otro para hombres.

Puesto que la infraestructura del Albergue cuenta con dos plantas¹⁹. En la planta superior están las habitaciones que se distribuyen en 2 habitaciones dobles, 1 cuádruple, y tres séxtuples. Además de los dos baños, uno para mujeres y otro para hombres; en cada baño hay dispensadores de jabón y de shampoo. En ésta planta también hay una sala común donde se puede escuchar música, sentarse para tomar y/o comer algo; además toda el área del hotel tiene servicio de Wireless para que los huéspedes y clientes puedan conectarse con sus aparatos electrónicos.

Es importante remarcar que los planos referentes a la distribución del Albergue que se encuentran en el anexo 1, es aquella que está dispuesta originalmente en la actualidad. Y no se la cambiará ni remodelará para el funcionamiento del Albergue Juvenil, exceptuando la planta baja donde funcionará la cafetería, que será remodelada para darle una funcionalidad adecuada, realizando los estudios pertinentes; y que será tomada en cuenta desde el sexto año en que se comience a obtener utilidades.

La tarifa pagada incluye desayuno de tipo americano, cancel para resguardo de artículos personales del huésped, bodega de resguardo temporal de equipaje contacto por medio del albergue con Tour Operadoras y Agencias de Viaje.

El Albergue ofrece servicio de bar y cafetería en la planta baja del establecimiento con un baño para clientes de la cafetería y otro para empleados. Para los huéspedes, el servicio de bar y cafetería también puede ser adquirido en el área social de la planta alta. El horario de atención de la cafetería será desde las 15h00 hasta las 20h00

Para quienes desean se ofrece tours por el centro histórico en inglés, francés, alemán y español con un cargo extra por persona.

Para el almuerzo y cenas se entregará información a los huéspedes, de varios restaurantes²⁰ confiables, seguros y de varias especialidades cercanos al Albergue. Pues el Albergue no ofrece servicio de almuerzos ni cenas.

¹⁹ Ver anexo 1.

²⁰ Ver anexo 6.

4.5.1.1 Nombre y Logo del Albergue

4.5.1.1.1 Nombre del Albergue

El nombre del Albergue será “EL GAT CATALÀ” que significa en castellano El Gato Catalán. Este es el nombre escogido, primero porque el gato refleja la independencia que gozan en la actualidad los jóvenes, segundo porque la hospitalidad catalana es cálida, y tercero porque si bien un albergue no ofrece la privacidad de un hotel; es un lugar dónde sus huéspedes disfrutan más de la cultura local y de otras distintas pues tienen más contacto con el personal y con los otros huéspedes lo que les permite pasar una estancia más amena y hospitalaria.

4.5.1.1.2 Logo



El símbolo del Logo es el Gato; que representa independencia, seguridad y libertad sin atadura al igual que el grupo objetivo al cual se enfoca y proyecta el Albergue Juvenil.

Para el grupo de personas encuestadas; los colores amarillo y rojo son percibidos como alegría y calidez respectivamente. Adicional representan a la bandera Catalana. El color negro transmite seriedad y elegancia. Mientras el blanco representa tranquilidad y paz.

4.5.1.1.2.1 Encuesta del logo

La encuesta tenía como objetivo verificar si el logo y sus componentes, representa aquello que describe en el punto 4.6.2.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

La presente encuesta es un documento con fines académicos para la obtención del grado en Administración de Empresas Hoteleras en la Universidad SEK del Ecuador.

ENCUESTA LOGO

1. Indique con una X que le representan los siguientes colores:

	AMARILLO	ROJO	NEGRO	BLANCO
ALEGRÍA				
FELICIDAD				
CALIDEZ				
SEGURIDAD				
PAZ				
TRANQUILIDAD				
ELEGANCIA				
SERIEDAD				

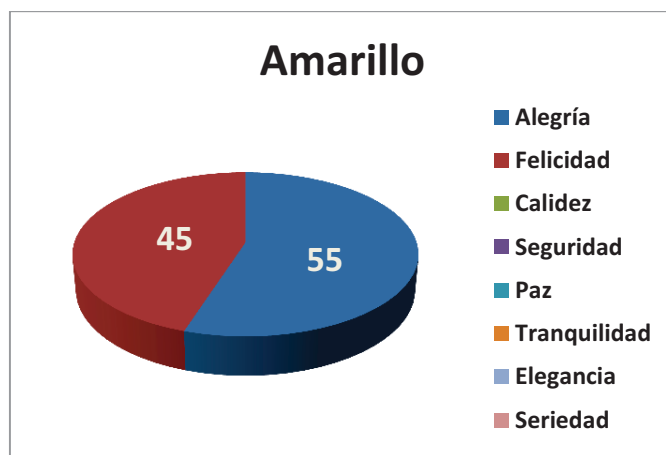
2. ¿Con cuál animal asocia usted las palabras independencia y libertad?

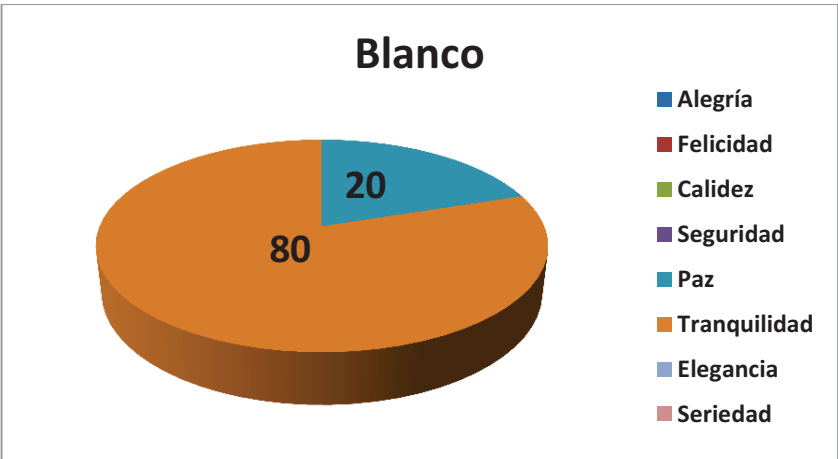
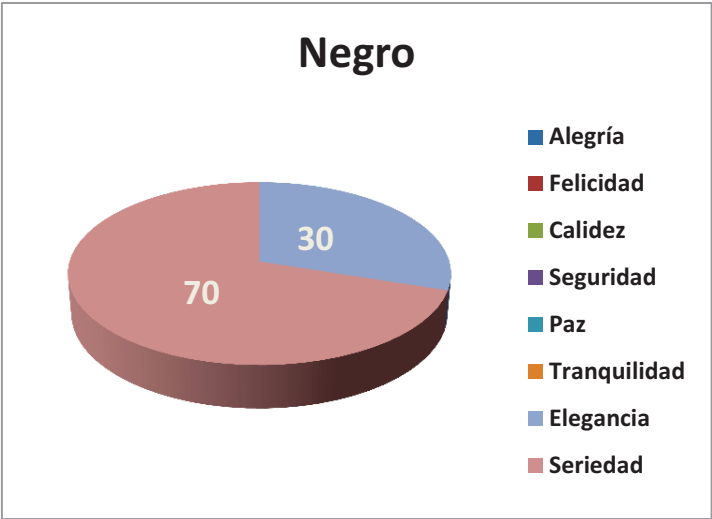
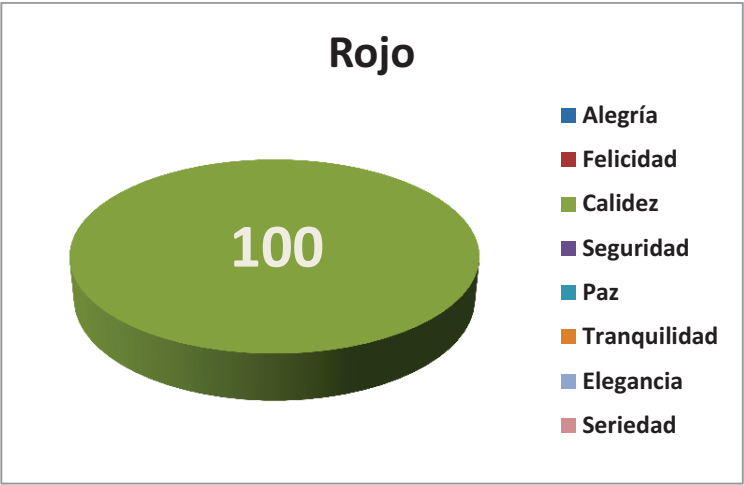
CABALLO	
ELEFANTE	
GATO	
SERPIENTE	
RANA	
PEZ	

4.5.1.1.2.2 Resultados de la encuesta para el logo

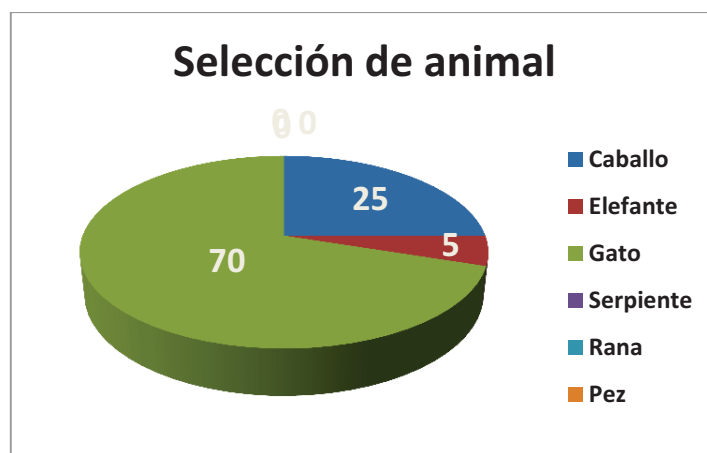
Nota: Los números están representados en porcentaje (%)

1. Indique con una X que le representan los siguientes colores:





2. ¿Con cuál animal asocia usted las palabras independencia y libertad?



4.5.2 Precio

El precio será de 34 dólares americanos para quienes se alojan en las habitaciones séxtuples. Para aquellos que se alojan en habitaciones cuádruples, el precio es de 40 dólares. Para las habitaciones dobles la tarifa es de 45 dólares. Todos estos valores incluyen impuesto de ley; es decir 12% IVA y 10% de servicio. Los precios son por persona, no por habitación.

4.5.3 Plaza

El Albergue cuenta con una página web por la cual es posible hacer reservas, comentarios, compartir fotos, acceder al enlace de Facebook y Twitter, acceder a enlaces de interés sobre Quito y otros destinos turísticos dentro del país.

Tanto en la página web como en el perfil de Facebook se puede encontrar números de contacto. Además sea por e-mail, Facebook o Twitter se puede escribir al Albergue para

preguntar información de interés. En el caso de los mails serán respondidos máximo en 1 hora.

Para quienes tienen reserva en la confirmación de las mismas se enviará vía e-mail, la manera de llegar desde el punto en que se encuentre el turista a su llegada al país o a la ciudad de Quito, hasta el hotel, haciéndole las recomendaciones del caso y tarifas de medios de transporte y en el caso de taxis se les informará de la tarifa mínima y máxima desde donde se encuentran hasta el Albergue, para que no sean estafados.

4.5.4 Promoción

Se utilizará como principal medio de promoción y difusión las redes Sociales; Facebook y Twitter respectivamente, puesto que son las dos más utilizadas por la mayoría de gente incluido el segmento de mercado objetivo.

También se elaborará una página web interactiva donde los interesados puedan encontrar información de interés sobre el Ecuador y sobre la actividad turística en el mismo. También podrán realizar las reservas y participar en un foro con antiguos huéspedes y con personas que trabajan en el albergue. Además habrá un enlace en el cual podrán enviar sus dudas y preguntas que irá a depositarse en la bandeja de entrada de la cuenta de e-mail del Albergue y que será respondida en máximo una hora.

También se realizará una suscripción a páginas de internet como www.booking.com, www.hotelesquito.com.ec, etc. Que son páginas donde aparecen muchos establecimientos de alojamiento en el mundo y que permite al interesado ver diferentes posibilidades de alojamiento en el lugar de destino y comparar sus ventajas y servicios.

Finalmente se recurrirá al “boca a boca”, es decir las referencias de clientes a otros clientes potenciales y que forman parte de su grupo social. Para impulsar esto se utilizará material referente al hotel. Es decir se tendrá en stock mercancía que será entregada al huésped durante su estancia; una gratuita como esferos y llaveros. Además se pondrá en

un estante Jarros para café, camisetas y otros, para la venta que podrán ser adquiridos por los huéspedes y clientes de la cafetería pagando en el counter de entrada.

4.5.5 Personas

Forman parte de las personas que integran tanto el equipo de trabajo del Albergue, como los clientes de la cafetería y los huéspedes.

4.5.5.1 Clientes Internos

Son los empleados y los proveedores que son importantes para el funcionamiento de las operaciones del Albergue. Hay que tratarlos con deferencia y hacer lo posible por que se sientan bien con el trabajo y así trabajen con eficiencia aumentando la productividad del Albergue.

En cuanto a los empleados, se les asignará un lugar seguro para sus pertenencias, un sueldo superior al mínimo establecido por la ley ecuatoriana; adecuado a sus funciones con las responsabilidades legales que les corresponden y están dentro de la ley ecuatoriana. Se velará por su seguridad durante su trabajo con los materiales necesarios.

Puesto que el Albergue funcionará todos los días del año, para el puesto de recepcionista habrá tres personas, uno para el turno de la madrugada – mañana; otro para el turno de la mañana – tarde; y otro para el turno de la tarde – noche. El personal de cocina, servicio y limpieza estará compuesto por tres personas, de las cuales dos deberán trabajar en la elaboración de desayunos para los huéspedes de 7h00 a 10h00. Y posteriormente, de 10h00 a 11h00, quienes se encargaron de hacer el desayuno, deberán dedicarse a limpiar, y ordenar las habitaciones. El tercer empleado deberá presentarse en la tarde para la atención de la cafetería, mientras uno de los anteriores descansa.

Cargo	Hora de entrada	Hora de salida	Observaciones
Recepcionista 1	21h30	5h30	Se pagara horas extra por los dos días que corresponden a vacación cada semana. Cuando un recepcionista se reporte enfermo o pida vacaciones, será obligación del gerente cubrir ese turno
Recepcionista 2	5h30	14h30	
Recepcionista 3	14h30	21h30	
Cocina, servicio y limpieza 1	7h00	10h00	Turnos rotativos. Dos días por semana alguien del personal de cocina, limpieza y servicio, tiene libre en las tardes. Se pagará horas extra por su trabajo matutino a quien descansan en la tarde
Cocina, servicio y limpieza 2	7h00	10h00	
Cocina, servicio y limpieza 3	15h00	20h00	

Elaborado por: Diego Torres

Con los proveedores se hará una selección y se firmará convenios. Además las cuentas serán saldadas a tiempo para así mostrar seriedad y respeto por parte del Albergue hacia ellos.

4.5.5.2 Clientes Externos

Los clientes externos del Albergue son los huéspedes y clientes de la cafetería. Son quienes generan los ingresos que recibe el Albergue por los servicios que presta a dichos clientes.

El grupo de los huéspedes es muy importante pues es necesario que al dejar el Albergue, después de su estadía se lleven una buena impresión; tanto del servicio como del país. Es por ello que es importante ayudarles en lo que necesiten y atender sus inquietudes. Es un grupo muy delicado pues pertenecen a una cultura totalmente diferente por lo que conviene que el personal del Albergue se muestre amable y servicial. Además puesto que el Albergue no ofrece almuerzos ni cenas es prioritario dar buenas referencias de lugares cercanos donde el huésped pueda ir y quedar satisfecho.

En cuanto a los clientes asiduos de la cafetería, aunque más familiares por ser paisanos, es necesario ofrecerles un buen servicio para poder convertirlos en clientes frecuentes que pueden ser una fuente de ingresos importante durante la temporada baja de turismo.

Para ambos grupos²¹ se informará mediante carteleras de eventos culturales que se realicen en la ciudad de Quito mediante una papelería colocada en un lugar visible. Además se los motivará realizando tardes temáticas, sea con especialidades típicas del Ecuador, o bien pequeños espectáculos.

4.5.6 Procesos

El Albergue se manejará con procesos simples que permitan una mayor agilidad en la realización de las diferentes actividades del establecimiento.

Entre los procesos principales están:

- a)** Proceso de selección de personal para las áreas de trabajo.
- b)** Proceso de manejo de reservas
- c)** Proceso de compra.
- d)** Proceso de Control de Producción y Consumo de alimentos y bebidas.
- e)** Proceso de Control de Facturación.
- f)** Proceso de Control de Inventarios.

a) El proceso de selección de personal será diferente para cada área. Cabe recalcar que todos los empleados indistintamente de sus actividades laborales deben siempre mostrar buen humor y buena disposición al momento de atender al huésped y los clientes.

En el caso de los recepcionistas además del conocimiento básico de programas de computación deberán hablar dos idiomas extra además del idioma de origen. Se dará prioridad a quienes hablen francés y alemán además del inglés. Además se los pondrá a prueba en el manejo de situaciones preguntándoles cómo reaccionarían ante diferentes imprevistos o problemas.

²¹ Huéspedes y clientes.

Para los meseros de la cafetería se requerirá que hablen al menos inglés y que sepan interactuar con las diferentes personas a las que atienden.

Para el personal de limpieza se solicitará que sepan realizar su trabajo sin molestar a los huéspedes y clientes.

La seguridad será brindada por una compañía de guardianía privada para resguardar a los huéspedes y clientes de la cafetería, además de también de velar por la seguridad de las calles circundantes al Albergue. En caso del contador se contratará a una persona capacitada y con experiencia; pero externa al Albergue.

b) Las reservas se manejarán vía internet o telefónica. En el caso de las reservas realizadas por internet deberán pagar la totalidad de la tarifa mediante tarjeta de crédito eligiendo las fechas de entrada y de salida, deben especificar la habitación²² en la que desean hospedarse y especificando el número de personas. En caso de cancelación el Albergue cobrará una amonestación el 30% del total del pago total. En casos de retraso por culpa de las aerolíneas se le devolverá el dinero de los días perdidos al huésped.

Para reservaciones vía telefónica, serán recibidas solo con una semana de anticipación y deberán ser confirmadas máximo dos días después de haber realizado la reserva; de lo contrario las plazas quedaran desbloqueadas automáticamente. La confirmación podrá ser vía telefónica o por e-mail.

El recepcionista será el encargado de responder los correos electrónicos, de confirmar las reservas, y de actualizar el número de plazas que diariamente que dispone el Albergue. En recepción también será facturado el servicio de cafetería de los huéspedes y de los clientes de la cafetería.

c) Para la compra de insumos necesarios de aseo de cafetería y de bar se hará una selección de proveedores. Posteriormente se analizará la periodicidad de necesidad de los

²² Séxtuple, cuádruple o Simple.

productos. Además se establecerá horarios diurnos de recepción de proveedores. La mercancía será pagada mediante cheque al nombre que establezca el proveedor.

d) Para el control de producción y consumo de alimentos y bebidas, además del control de las facturas se utilizará un KARDEX para los alimentos con el sistema FIFO²³. Además al momento de recibir la mercadería será revisada unidad por unidad para verificar su buen estado y luego de ello será ingresado al kardex. Hay que recalcar que todos los productos a excepción de las bebidas, huevos y fruta picada; serán compradas listas para ser consumidas en cualquier momento por el comprador.

En el caso del servicio de bar se elaborarán los cocteles requeridos en cafetería. Si es cerveza, entonces ésta será servida por la cafetería y vendrá acompañada de una pequeña guarnición de maní.

e) El control de Facturación de los consumos realizados en cafetería y bar, irá de la mano con el kardex, Para el servicio de alojamiento se controlará mediante la libreta de facturas y su número de facturas utilizadas a la salida del huésped. Los consumos extras que el huésped realice en la cafetería y el bar deberán ser pagados en el mismo instante en que pide lo que desea. Para pagos únicamente se aceptará efectivo y tarjetas de crédito.

f) Los inventarios como se dijo anteriormente en control de la producción será mediante utilización de kardex.

²³ First In – First Out, por sus siglas en ingles. En castellano sería Primero que entra, primero que sale.

4.5.7 Evidencia Física

4.5.7.1 Seguridad

La seguridad será tomada en cuenta de acuerdo a cuatro elementos importantes para el Albergue que son:

- a) El huésped y el cliente.
 - b) El empleado.
 - c) El proveedor.
 - d) La infraestructura y los bienes del albergue.
- a) Además de la guardianía que sirve para resguardar a los huéspedes y clientes de la cafetería; se brindará seguridad en todas las actividades promovidas por el albergue, como por ejemplo los tours por el centro histórico.

Además para brindar seguridad a las pertenencias del huésped, se pondrá a su disposición casilleros²⁴ que estarán dispuestos al costado de cada cama y estarán marcados con un número correspondiente a la cama. Los casilleros se cerraran con llave que el huésped deberá cuidar y deberá entregar a su salida del Albergue. La zona de la segunda planta estará prohibida para toda persona que no sea huésped o empleado del hotel. Además el acceso al piso superior estará detrás del counter de entrada para aumentar el control de ingreso.

Por seguridad, el recepcionista tendrá acceso a un botiquín de primeros auxilios. Las habitaciones serán separadas para hombres y mujeres a excepción de las habitaciones dobles. Por seguridad a la entrada del huésped se le entregará una carta plastificada con las políticas del albergue para que las lea y después de haber leído deberá entregar dicha carta en recepción.

²⁴ Lockers.

- b)** Para dar seguridad a los empleados, se los proveerá de todos los accesorios necesarios para su trabajo. También se les pedirá un examen médico general cada seis meses para cuidar su salud y de los clientes y huéspedes. Los empleados estarán afiliados al seguro social, tal como lo describe la ley laboral del Ecuador.
- c)** A los proveedores se les brindará la seguridad de sus productos serán cancelados de acuerdo a la manera de pago y plazos, previamente establecidos entre ambas partes.
- d)** Se cuidará de la infraestructura del Albergue, mediante controles que se realizarán cada dos años de todas las áreas. Además se hará mantenimiento a los equipos de acuerdo a la frecuencia de uso de cada uno de ellos. Para cuidar los activos fijos, se realizará cada año un inventario, sea para reponer pérdidas o renovar el activo fijo, como por ejemplo cristalería y cubertería.

Además para protegerse en caso de incendio, se ubicarán extinguidores en varias áreas del Albergue, incluyendo habitaciones y áreas sociales.

4.5.7.2 Empleados

Los empleados deberán portar uniforme que consiste en camiseta polo de color gris con el logo del Albergue y un pequeño gafete con su nombre. Además deberán llevar pantalones jean en buen estado, y zapatos semi-formales o deportivos. En el caso del recepcionista la camiseta polo será de color negro.

Las mujeres que trabajen en cocina, no podrán utilizar maquillaje ni tener uñas largas. En cocina tanto hombres como mujeres deberán utilizar redecilla para el cabello, y guantes quirúrgicos para manipular alimentos y víveres. A quienes estén cocinando se les proporcionará chaquetillas de cocina.

Quienes realizan la limpieza y arreglo de las habitaciones usarán igualmente una camiseta polo y jean, y deberán verificar que todo funcione correctamente.

4.5.7.3 Decoración

La decoración será sobria pero acogedora. En áreas sociales se dispondrán alfombras, sillones, mesas pequeñas y cuadros y fotos relacionados con Ecuador, entre los cuales habrá un espacio abierto para aquellos huéspedes que deseen poner su foto como remembranza de su estancia en Ecuador. Además habrá una pequeña muestra de Arte Quiteño de la colección privada de la señora Eulalia Galarza.

La casa estará pintada por fuera de color celeste, y por dentro de blanco.

4.5.7.4 Vajilla

La vajilla será de losa y vidrio por lo que no se utilizará desechables para no aumentar la contaminación. En el caso especial de las tasas que sirven para café, chocolate o té, llevarán impresas el logo del Albergue.

4.5.7.5 Material promocional

Habrà tasas con el logo del Albergue en stock para que los huéspedes y clientes de la cafetería puedan adquirirlos. También habrá camisetas y otras cosas que puedan ser vendidas a los huéspedes y clientes.

4.5.7.6 Cafetería

Para el ingreso a la cafetería se deberá acceder por la puerta que da a la calle Montufar, aquellos que no son huéspedes solo podrán utilizar el espacio de la primera planta.

En la cafetería, las mesas serán de madera y llevarán mantel y sobre-mantel. Las mesas tendrán una capacidad para cuatro personas, y estarán ubicadas en el patio cuando hace calor y buen tiempo; y serán reubicadas en el corredor del primer piso en la esquina opuesta a las escaleras cuando llueva.

4.5.7.7 Evidencia física general

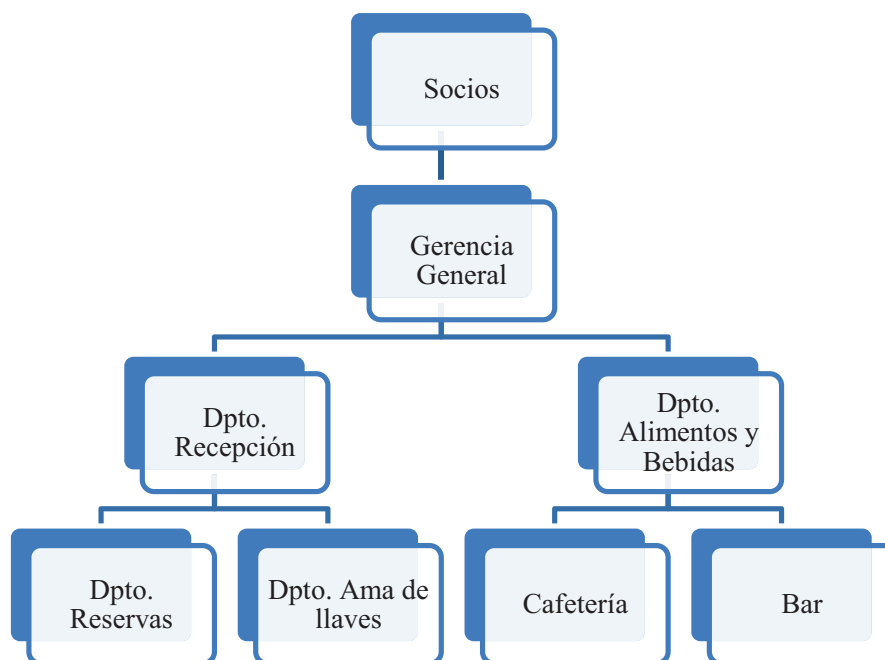
Para la iluminación en todas las áreas se utilizará focos ahorradores. A todos los huéspedes se les informará que existen basureros de reciclaje de basura es decir plásticos, materia biodegradable, metales y papeles; por lo que si desean desechar tales objetos tendrán a su disposición basureros especializados en el corredor de la planta alta y en planta baja.

A los huéspedes se les entregará también una toalla de baño con el logo y un número; que podrán utilizar durante su estancia. Si la dañan deberán pagar una penalidad. Para poner a secar vestidos mojados se dispondrá un balcón de la segunda planta donde se dispondrá tendederos.

4.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.6.1 Organigrama estructural

De la Gerencia General, dependen todos los demás departamentos. De recepción dependen las áreas de ama de llaves y reservas, aunque como el Albergue es pequeño todo lo que depende de recepción lo realiza el recepcionista. Igualmente en A&B²⁵.

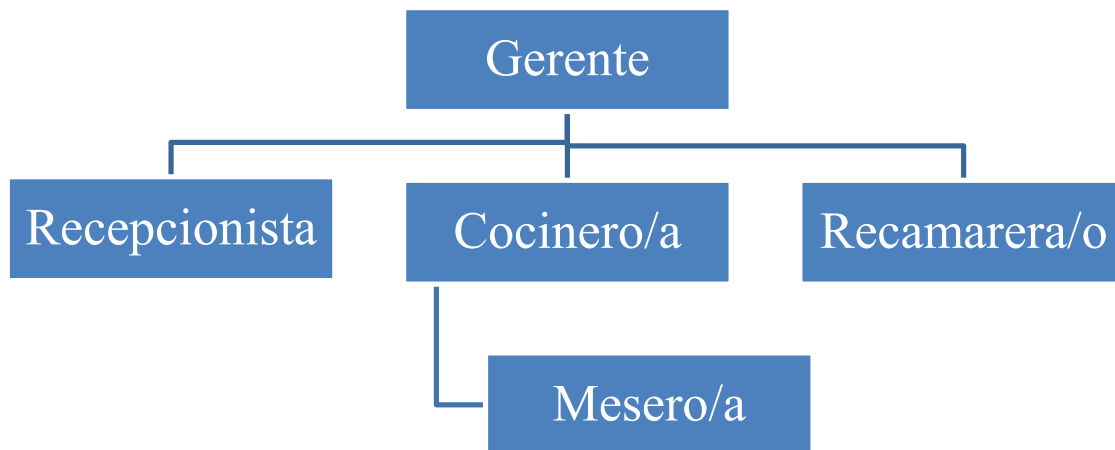


Realizado por: Diego Torres.

²⁵ Alimentos y Bebidas.

4.6.2 Organigrama funcional

En el puesto de limpieza y cocina hay tres personas, de las cuales rotaran durante la semana, tanto para cocinar, arreglar las habitaciones y limpiarlas, y servir como mesero. Puesto que el recamarero/a solo puede realizar su trabajo después de que los huéspedes han desocupado la habitación en el día, ayudará mientras tanto en la elaboración de desayunos. Además después de acabar con la limpieza ayudará en la atención de la cafetería hasta haber terminado su horario de trabajo.



Realizado por: Diego Torres.

4.6.3 Número de personal requerido por puestos

- ❖ **Socios:** Diego Torres, Diego Galarza, Eulalia Galarza.
- ❖ **Aportes:** Diego Torres 35%; Diego Galarza y Eulalia Galarza 65%
- Gerente: 1 persona
- Cocinero: 1 persona

- Recamarero: 1 persona
- Mesero: 1 persona
- Recepcionista: 3

4.6.4 Reglamento interno para empleados

- ❖ Los Socios se reunirán una vez al mes.
- ❖ Cumplir con el horario de trabajo.
- ❖ Cumplir con las funciones asignadas al puesto de trabajo.
- ❖ Asistir con el uniforme de trabajo.
- ❖ Prohibido utilizar palabras ofensivas en el dialogo con compañeros de trabajo o clientes.
- ❖ Prohibido utilizar palabras de la jerga común que hace referencia a palabras ofensivas.
- ❖ Prohibido el uso de aparatos electrónicos durante horas de trabajo que puedan ser causa de distracción, tales como Celulares y aparatos de música.
- ❖ Si el trabajador va a faltar por circunstancias personales, debe hablar con el gerente con una semana de antelación.
- ❖ Solo se otorgará permisos de falta de trabajo en casos personales relacionados con estudio, siniestro familiar.
- ❖ Por faltas injustificadas al trabajo, se debe presentar un certificado médico.
- ❖ Por tres faltas injustificadas en un mismo mes, puede ser objeto de visto bueno y ser despedido.
- ❖ El maltrato físico o verbal a un huésped, cliente o compañero de trabajo, será motivo de visto bueno y ser despedido.
- ❖ El Albergue cubrirá todo gasto médico de empleados con accidentes laborales, siempre y cuando el accidente no haya sido causado por la negligencia del mismo.
- ❖ Es obligación de todo empleado, cuidar de los bienes materiales del Albergue.
- ❖ Prohibido comer en horas de trabajo.
- ❖ Además de la limpieza general que debe ser perfecta, cada quien es responsable de la limpieza y buena organización de sus área de trabajo.

4.6.5 Políticas internas

- ❖ Respetar a huéspedes, clientes y compañeros de trabajo.
- ❖ Respetar pertenencias ajenas.
- ❖ El uniforme tanto para mujeres como para hombres es una camiseta polo con el bordado del logo del Albergue, pantalones jeans de color azul o colores azulados; además de zapatos tipo deportivos, o de cuero.
- ❖ Los empleados tendrán una hora para almorzar, de 13h00 a 14h00.
- ❖ El almuerzo correrá por cuenta de los empleados.
- ❖ Siempre mostrar buena disposición y agrado mal momento de interactuar con huéspedes o clientes.
- ❖ Siempre asistir al trabajo presentable y aseado.
- ❖ Las mujeres no deben maquillarse ni perfumarse si trabajan en cocina, además de tener uñas cortas.
- ❖ El personal de cocina debe utilizar redecillas de cabello, y guantes quirúrgicos mientras esté dentro de cocina.
- ❖ Siempre lavarse bien las manos para manipular los alimentos.
- ❖ Si una mujer trabaja en recepción, deberá maquillarse de manera sobria y con colores opacos.

4.6.6 Reglamento para huéspedes

- ❖ Cancelar los valores de consumo con antelación.
- ❖ Cancelar el saldo del valor de estadía en su totalidad al momento de llegar al Albergue.
- ❖ No insistir en obtener crédito para los consumos. No se fía.
- ❖ Respetar a otros huéspedes y a clientes de la cafetería.
- ❖ Tratar con respeto al personal del Albergue.
- ❖ Respetar pertenencias ajenas.
- ❖ Respetar horas de sueño de otros huéspedes.

- ❖ No hacer ruido en habitaciones en horario de descanso.
- ❖ Prohibido fumar dentro del Albergue.
- ❖ Prohibido traer personas desconocidas que pongan en riesgo a otros huéspedes y sus pertenencias.
- ❖ Prohibido consumir bebidas alcohólicas dentro de habitaciones.
- ❖ Prohibido acciones violentas contra personal u otros huéspedes.
- ❖ No entrar a otras habitaciones que no sean la de cada uno.
- ❖ Prohibido el ingreso en estado de ebriedad.
- ❖ No utilizar drogas dentro del recinto del Albergue.
- ❖ Cuidar llave de cancel y toalla.
- ❖ Prohibido tener relaciones sexuales; sea con otros huéspedes o con personas del exterior, dentro del Albergue.

4.6.7 Constitución del Albergue

QUITO, 21 DE JUNIO DEL 2012

Señor:

DIEGO FELIPE TORRES VALENCIA

Presente.-

De mis consideraciones:

Por medio de la presente me dirijo a Usted y le detallo los pasos a seguir y los costos que implicarán la constitución de la Compañía **EL GAT CATALÀ SERVICIOS HOTELEROS S.A.:**

PASOS:

- Reserva de nombre en la Superintendencia de Compañías.
- Apertura de la Cuenta de Integración de Capital.

- Elaboración de la Minuta y Matriz del Contrato de Constitución con los Estatutos de la Compañía y con cuadro de porcentajes accionarios y de aportación.
- Cerrar escritura en Notaría con todos los documentos habilitantes que son: copias de cédulas y papeletas de votación a color, reserva de nombre, certificado emitido por el banco de la apertura de la cuenta de integración de capital y la minuta firmada por el abogado.
- Ingresar las tres copias de la escritura de constitución a la Superintendencia de Compañías para que emitan resolución, aprobando su Constitución.
- Ingresar nuevamente las tres copias de la escritura de constitución a la Notaría para sentar razón de su aprobación en cada copia y en el libro respectivo en donde consta su constitución.
- Obtención de la Patente Municipal (Uso de Suelo) en el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
- Publicación por la prensa del extracto emitido por la Superintendencia de Compañías, comunicando de la Constitución de la Compañía.
- Inscripción de la Compañía en el Registro Mercantil del Cantón Quito, con lo cual inicia su vigencia.
- Elaboración e inscripción de nombramientos de Administradores designados en el Registro Mercantil del Cantón Quito.
- Ingreso de la tercera copia con la razón de inscripción al Registro de Sociedades en la Superintendencia de Compañías, para su registro.
- Obtención del RUC, Registro Único de Contribuyentes en el Servicio de Rentas Internas; y finalmente,
- Notificación con la obtención del RUC a la Superintendencia de Compañías, a fin de que se emita la liberación de los fondos depositados en la cuenta de integración.

COSTOS:

- **GASTOS NOTARIALES:** USD 147.00
\$.
- **PUBLICACION POR LA PRENSA:** USD 34.00 \$
- **COMPRA DE EJEMPLARES CON LA PUBLICACION:** USD 2.00 \$
- **PATENTE MUNICIPAL:** USD 13.00 \$
- **REGISTRO MERCANTIL:** USD 50.00
\$
- **HONORARIOS PROFESIONALES:** USD 896.00
\$

GASTOS TOTALES DE CONSTITUCION: USD
1.142.00 \$

Atentamente,

AB. ESTEBAN ALEJANDRO TORRES VALENCIA

SOCIO

CAPÍTULO V: ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

5.1 INTRODUCCIÓN

El centro Histórico de Quito, a pesar de su riqueza histórica, arquitectónica y cultural, sufre especialmente por la contaminación causada por el Esmog²⁶, que además de ser un peligro para la salud, es también el causante del deterioro de las estructuras y del entorno turístico.

Además que durante el día e inicios de la tarde, el tráfico es causante de contaminación auditiva por el uso desmedido del claxon. Es necesario por lo tanto, que el Albergue brinde más tranquilidad y salud a sus huéspedes y clientes.

5.2 OBJETIVOS

5.2.1 Objetivo general: Manejar correctamente los desechos y aminorar los efectos negativos de la contaminación de la zona del centro histórico de Quito.

5.2.2 Objetivos específicos:

- Elaborar propuestas con el municipio y otros establecimientos relacionados al turismo de la zona para disminuir la contaminación del lugar.
- Evitar molestias causadas por el ruido durante horas de descanso.
- Realizar una correcta recolección de desechos para llevarlos a lugares de acopio especializados.

²⁶ Humo producido por los transportes que funcionan a motor.

- Plantear alguna manera de reducir el ruido del ambiente mediante la tecnología.

5.3 TRATAMIENTO DE DESECHOS

Para los desechos, se ubicará, tanto en cocina, como área de cafetería y de habitaciones, basureros diferenciados por colores, y con letreros en Inglés, español, francés y alemán, para que los huéspedes y clientes de la cafetería se eduquen y colaboren con el objetivo pro-ambiente que el Albergue desea alcanzar.

Los desechos tales como papel, cartón, metal, baterías y plástico, serán reclasificados al momento de la recolección de los basureros para así una vez al mes llevarlos a lugares de acopio para que sean trasladados después a lugares donde puedan ser reciclados.

El resto de la basura será depositada los días de recolección en los basureros públicos para que el recolector de basura los recoja y se los lleve.

Todo el tratamiento de desechos serán realizados de acuerdo a EMASEO que es una organismo del Municipio de Quito, siguiendo su manual de las 3 R (Reciclar, Reducir y Reusar).

5.4 IMPACTO AMBIENTAL DEL ALBERGUE EN EL SECTOR

El impacto que cause el Albergue al sector del Centro Histórico será mínimo porque en primer lugar es un lugar al que llega en su mayoría gente sin automóvil lo cual reduce al menos un poco la contaminación aérea. Además gracias a la separación de desechos el impacto causado por producción de basura será menor que el resto de establecimientos vecinos.

5.5 MANEJO DEL RUIDO Y CONTAMINACIÓN AÉREA

Debido al smog y olores desagradables que suelen invadir las calles del Centro Histórico de Quito, para entrar por la puerta principal tanto para ingresar al Albergue, como para ingresar a la cafetería, durante horas de atención, la puerta estará abierta, pero le seguirá una mampara de vidrio templado con una puerta corrediza, que no deje penetrar olores ni gases tóxicos desde la calle.

Esta mampara también reducirá el ruido causado por el tráfico por ser de vidrio grueso. Además para aminorar la molestia del ruido causada por los automotores, será de gran ayuda la música de ambiente en las diferentes áreas que son la cafetería, y la sala social reservada para huéspedes; y aunque sea un costo extra la implementación de parlantes para música de ambiente, es necesario por cuestiones de calidad y confortabilidad de huéspedes, clientes, y empleados.

Para reducir intensidad de ruidos foráneos durante horas de descanso, que puedan causar molestia a los huéspedes, se reforzarán las puertas de madera de las habitaciones y las ventanas. Además de cortinas también en el exterior de las ventanas se pondrán portones delgados de madera que serán cerrados durante la noche para disminuir efecto de ruidos molestos.

CAPÍTULO VI: ESTUDIO FINANCIERO

6.1 INVERSIÓN TOTAL

La inversión total del proyecto es de 190.202,37 dólares americanos. La mayor parte corresponde a los activos fijos²⁷.

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ"	
INVERSIÓN TOTAL	
DESCRIPCION	TOTAL
ACTIVOS FIJOS	171.354,75
ACTIVOS DIFERIDOS	1.142,00
CAPITAL DE TRABAJO	17.705,62
TOTAL	190.202,37

Realizado por: Diego Torres.

6.2 FINANCIAMIENTO

El financiamiento²⁸ se lo realizará mediante de CFN²⁹ a un interés del 11,35% anual a cinco años plazo, del monto de inversión requerido para equipamiento³⁰ del Albergue.

²⁷ Ver anexo 2.1.

²⁸ Ver anexo 4 Balance General. Ver también anexo 5.1.

²⁹ Corporación Financiera Nacional.

³⁰ Ver anexos 7.

Pues aunque el valor de la casa y del terreno es el mayor monto, se dispone de ellos por ser propiedad de dos de los socios.

En total se financiará el 19% que equivale al valor de inversión necesario para el equipamiento y compra de activos muebles³¹ necesarios para la operación del Albergue.

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ"			
ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO			
DESCRIPCION	VALOR	ACCIONISTAS	CREDITO BANCO
ACTIVOS FIJOS	171.354,75	135.000,00	36.354,75
Terreno	15.000,00	15.000,00	
Edificio	120.000,00	120.000,00	
Decoración	863,00		863,00
Maquinaria y Equipo	12.469,50		12.469,50
Equipo de Computo	1.992,99		1.992,99
Muebles y Enseres	11.139,20		11.139,20
Menaje y Cristalería	3.043,83		3.043,83
Utilería	6.846,23		6.846,23
ACTIVOS DIFERIDOS	1.142,00	1.142,00	
CONSTITUCION	1.142,00	1.142,00	
CAPITAL DE TRABAJO	17.705,62	17.705,62	
Mano de Obra Directa	8.500,13	8.500,13	
Mano de Obra Indirecta	0,00	0,00	
Materia Prima	3.955,14	3.955,14	
Servicios Públicos	930,00	930,00	
Gastos Generales Administrativos	3.433,35	3.433,35	
Gastos Generales de Venta	620,00	620,00	
Mantenimiento	267,00	267,00	
TOTAL INVERSION	190.202,37	153.847,62	36.354,75
TOTAL INVERSION	100%	81%	19%

Realizado por: Diego Torres.

³¹ Bienes que pueden ser trasladados de un lugar a otro. Ver anexo 2.2.

6.3 COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

Nota: el porcentaje inicial de ocupación proviene de datos de la AHOTEC. El crecimiento del 2% anual se lo calcula en base al promedio de los porcentajes mensuales.

Los costos³² para el primer año son de 72.527,86 dólares. Los costos de mano de obra directa suben en relación al aumento anual de la ocupación del 2%. El costo de la materia prima sube de acuerdo a una inflación proyectada anual del 3%. Materiales indirectos, servicios públicos y mantenimiento suben en un porcentaje obtenido de acuerdo al crecimiento de la ocupación dividido para el valor del año 1 de los montos mencionados.

Para ver datos de la depreciación revisar anexo 3.

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ"						
COSTOS DE OPERACIÓN PROYECTADOS						
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Mano de Obra Directa	34.000,50	34.680,51	35.374,12	36.081,60	36.803,23	
Mano de Obra Indirecta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Materia Prima	12.381,35	12.752,79	13.135,37	13.529,44	13.935,32	
Materiales Indirectos	3.241,20	3.306,02	3.372,14	3.439,59	3.508,38	
Servicios Públicos	3.720,00	3.794,40	3.870,29	3.947,69	4.026,65	
Mantenimiento	1.068,00	1.089,36	1.111,15	1.133,37	1.156,04	
Depreciación	11.761,39	11.761,39	11.761,39	11.761,39	11.761,39	
Amortización	228,40	228,40	228,40	228,40	228,40	
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	66.400,84	67.612,87	68.852,86	70.121,47	71.419,40	
Gastos Generales Administrativos	1.971,00	2.132,23	2.306,64	2.495,33	2.699,45	
Gastos Generales de Venta	2.480,00	2.682,86	2.902,32	3.139,73	3.396,56	
Gastos Financieros	1.676,03	3.558,38	2.840,43	2.036,62	1.341,84	
TOTAL	72.527,86	75.986,35	76.902,26	77.793,15	78.857,25	

Realizado por: Diego Torres.

³² Ver anexos 2.5.

Los ingresos del Albergue en el año 1 son de 117.019,50 dólares y se incrementan anualmente en función del crecimiento³³ del 2% de la ocupación anual de acuerdo al incremento esperado de ocupación anual. Para el primer año se toma como referencia el promedio anual de los porcentajes mensuales de ocupación de la AHOTEC; que dan como resultado el 55.49% de ocupación anual.

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ"								
INGRESO POR VENTAS								
PARTE 1								
Descripción	%	TIQ. PROM.	PAX	total ventas	5% Enero	7% Febrero	3% Marzo	3% Abril
Alojamiento	90%	24,00	4.766	114.372	\$ 5.718,60	\$ 8.006,04	\$ 3.431,16	\$ 3.431,16
Cafetería	10%	5,00	530	2.648	\$ 132,38	\$ 185,33	\$ 79,43	\$ 79,43
TOTAL	100%	29,00	5.295	117.020	\$ 5.850,98	\$ 8.191,37	\$ 3.510,59	\$ 3.510,59

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ"								
INGRESO POR VENTAS								
PARTE 2								
4%	10%	15%	24%	8%	10%	6%	5%	100%
Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
\$ 4.574,88	\$ 11.437,20	\$ 17.155,80	\$ 27.449,28	\$ 9.149,76	\$ 11.437,20	\$ 6.862,32	\$ 5.718,60	\$ 114.372,00
\$ 105,90	\$ 264,75	\$ 397,13	\$ 635,40	\$ 211,80	\$ 264,75	\$ 158,85	\$ 132,38	\$ 2.647,50
\$ 4.680,78	\$ 11.701,95	\$ 17.552,93	\$ 28.084,68	\$ 9.361,56	\$ 11.701,95	\$ 7.021,17	\$ 5.850,98	\$ 117.019,50

Realizado por: Diego Torres.

A partir del año 1 se proyecta el crecimiento de los ingresos generados por las ventas, que aumentan en un 2% anual en función del aumento de la ocupación. Para ver la utilidad neta de los 5 años; ver anexo 4.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alojamiento	114.372,00	116.659,44	118.992,63	121.372,48	123.799,93
Cafetería	2.647,50	2.700,45	2.754,46	2.809,55	2.865,74
TOTAL	117.019,50	119.359,89	121.747,09	124.182,03	126.665,67

Realizado por: Diego Torres.

³³ Ver anexo 2.3.

Mes	Porcentaje de Ocupación
Enero	48,60%
Febrero	57,80%
Marzo	56,70%
Abril	52,90%
Mayo	54,70%
Junio	56,40%
Julio	58,40%
Agosto	54,40%
Septiembre	53,60%
Octubre	61%
Noviembre	60,70%
Diciembre	50,70%
PROMEDIO DE OCUPACIÓN	55,49%

Realizado por: AHOTEC.

6.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos³⁴ administrativos son de 1.144,45 dólares mensuales. Estos gastos están conformados además de los suministros de limpieza, oficina, y computación, de transporte y el sueldo del gerente, que será el único cargo administrativo.

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ"		
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DETALLE	TOTAL MES	TOTAL ANUAL
Suministros de oficina	32,00	384,00
Suministros de computación	20,00	240,00
Suministros de limpieza	80,00	960,00
Transporte y Movilización	17,25	207,00
Otros	15,00	180,00
	164,25	1.971,00

Realizado por: Diego Torres.

³⁴ Ver anexo 2.5.

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ"								
SUELDOS ADMINISTRATIVOS								
DESCRIPCION	CANT.	SUELDO MES	APORTE IESS (9,35%)	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO		SUELDO + BEBEFICIO S	SUELDO ANUAL
GERENTE	1	\$ 800,00	\$ 89,20	\$ 66,67	\$ 24,33		\$ 980,20	\$ 11.762,40
TOTAL		800,00	89,20	66,67	24,33		980,20	11.762,40

Realizado por: Diego Torres.

Para el capital de trabajo, se ha tomado e cuenta los tres primeros meses de operación, previendo el pago de sueldos, de materia prima, servicios públicos, mantenimiento y gastos de venta.

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ"		
CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR TRIM.
Mano de Obra Directa	2.833,38	8.500,13
Mano de Obra Indirecta	0,00	0,00
Materia Prima	1.318,38	3.955,14
Servicios Públicos	310,00	930,00
Gastos Generales Administrativos	1.144,45	3.433,35
Gastos Generales de Venta	206,67	620,00
Mantenimiento	89,00	267,00
TOTAL	5.901,87	17.705,62

Realizado por: Diego Torres.

6.5 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

De acuerdo al flujo de caja se puede observar, que durante los 5 primeros años se recuperará en su totalidad la inversión. Aunque recién en el sexto se espera obtener beneficios.

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ"						
FLUJO DE CAJA						
CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
Ventas Anuales		117.019,50	119.359,89	121.747,09	124.182,03	126.665,67
Gastos de operación anual		-60.538,08	-63.996,56	-64.912,47	-65.803,36	-66.867,46
Depreciación activos fijos		-11.761,39	-11.989,79	-11.989,79	-11.989,79	-11.989,79
Valor libro otros activos						-15.000,00
Venta otros activos						15.000,00
Gastos financieros		-1.676,03	-3.558,38	-2.840,43	-2.036,62	-1.341,84
Utilidad antes de impuesto		43.044,01	39.815,16	42.004,40	44.352,26	46.466,58
Reparto de Utilidades		-6.925,15	-5.972,27	-6.300,66	-6.652,84	-6.969,99
Impuesto anual 23%		-9.029,71	-8.460,72	-8.925,93	-9.424,86	-9.874,15
Utilidad neta		27.089,14	25.382,16	26.777,80	28.274,57	29.622,45
Ajuste Deprec activos fijos		11.989,79	11.989,79	11.989,79	11.989,79	11.989,79
Ajuste Valor libro otros						15.000,00
Inversión Inicial	-172.496,75					
Capital de trabajo	-17.705,62					17.705,62
Flujo de caja puro	-190.202,37	39.078,93	37.371,95	38.767,59	40.264,35	74.317,85

Realizado por: Diego Torres.

La ganancia que recibirá el inversionista por la inversión de su capital, será del 7%. El VAN se muestra negativo durante el periodo de recuperación de la inversión. Para que sea positivo se deberá esperar los resultados a partir del sexto año.

Tasa mínima del inversionista	7,00%					
Valor presente	36.522,36	32.642,11	31.645,90	30.717,48	52.987,60	184.515,45
Valor presente neto	-5.686,91					
Tasa interna de retorno	5,98%					
Variación en puntos	-1,02%					

Realizado por: Diego Torres.

El VAN como se dijo anteriormente, es negativo durante el periodo de recuperación de la inversión. El periodo de recuperación está previsto para el quinto año. Por otra parte, el TIR es positivo y entra en el promedio de la empresa hotelera, de acuerdo a datos de la Superintendencia de Compañías. Por lo que a pesar de todo puede llegar a ser viable, siempre que no se tenga como ambición ganar enormes sumas de dinero.

Además la vida del Albergue no deberá ser menor a 15 años porque durante ese tiempo se espera aumentar los beneficios recibidos, pues desde el sexto año ya no se paga deuda ni inversión. Además se espera llegar a un porcentaje de ocupación³⁵ de la menos 90% hasta los 15 años.

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ" PERIODO DE RECUPERACIÓN CAPITAL AJENO		
AÑOS	FLUJO DE CAJA NETO	FLUJO DE CAJA DESCONTADO
0	-190.202,37	-190.202,37
1	39.078,93	36.522,36
2	37.371,95	32.642,11
3	38.767,59	31.645,90
4	40.264,35	30.717,48
5	74.317,85	52.987,60
VAN		-5.686,91
TIR	5,98%	
PRI		5

Realizado por: Diego Torres.

El punto de equilibrio significa que el dinero que se necesita anualmente para cubrir costos y gastos de operación; sin que dichos montos signifiquen una pérdida ni una ganancia. Ese valor se obtiene de ventas y muestra la cantidad de dinero obtener de las ventas para cubrir los gastos y costos.

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	117.019,50	119.359,89	121.747,09	124.182,03	126.665,67
Costos Fijos Totales	19.184,81	21.452,62	21.150,33	20.794,83	20.583,67
Costos Variables Totales	53.343,05	54.533,72	55.751,93	56.998,32	58.273,58
Punto de equilibrio	35.256,32	39.499,21	39.017,88	38.437,06	38.122,01

Realizado por: Diego Torres.

³⁵ Al inicio se trabaja con una ocupación del 55.49% anual de la capacidad real.

CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De acuerdo a los estudios realizados en la presente investigación, se puede afirmar que el concepto de un Albergue Juvenil,³⁶ puede representar una oportunidad de reinventar el alojamiento de bajo costo en el Ecuador; pues a pesar de que en el mundo en general el concepto moderno de Albergue Juvenil tiene más de 50 años, en el Ecuador todavía no se lo ha considerado esta opción alternativa para aumentar la oferta de servicios de alojamiento enfocado en los jóvenes viajeros.

Además de acuerdo a los estudios y consultas realizadas, el proyecto es factible y sería positivo para desarrollo y recuperación de la zona del barrio de San Blas. También se ha podido demostrar que la calidad aunque requiere cierta inversión, debe ser sentida por los clientes, no como un costo sino más bien como un valor agregado.

De acuerdo al estudio de Marketing, se concluye que se debe brindar seguridad a los huéspedes y empleados al igual que a sus pertenencias dentro del Albergue. Además se logró establecer los gustos y preferencias del mercado objetivo, y el precio que estarían dispuestos a pagar por el servicio de alojamiento y servicios complementarios que ofrece el Albergue.

También se pudo efectuar un organigrama funcional y organizacional, los cuales permiten establecer las personas necesarias y sus funciones; con la finalidad de optimizar la operación del Albergue Juvenil.

Además el Albergue debe ser consiente y responsable con el ambiente, en especial al momento de tratar los desechos generados en la operación diaria. Para lo cual se estableció como medida el reciclaje y separación de desechos tanto orgánicos e inorgánicos de acuerdo a las normas establecidas por EMASEO³⁷.

En el tema financiero, el TIR dice que el beneficio obtenido por la inversión del capital de cada socio, será superior en dos puntos a la que ofrecen los bancos, por lo que se concluye es un negocio rentable a largo plazo.

³⁶ YOUTH-HOSTEL.

³⁷ Empresa Pública Metropolitana de Aseo.

Se recomienda que en caso de ser puesto en marcha el proyecto se tome en cuenta que a pesar de ser un establecimiento de alojamiento de bajo costo no debe sacrificarse la calidad aunque ésta cueste dinero. Pues se puede afirmar que la calidad de los servicios hoteleros y turísticos debe siempre estar presente en cada proceso sin importar la simplicidad del mismo.

Además se debería promover la conciencia que permita desligar el concepto errado de que lo único que posee calidad es aquello que cuesta más; pues a pesar de que mucha gente involucrada en el negocio del turismo y servicios complementarios tales como la alimentación y el alojamiento no involucra la calidad en sus procesos por ofrecer un servicio barato, corren el riesgo de perder clientes y ser objeto de malas referencias que a la larga harán fracasar el negocio.

Actualmente, la zona de emplazamiento del edificio que se desea transformar en un Albergue Juvenil es un lugar peligroso por los ladrones, la prostitución y la insuficiente vigilia por parte de la policía. Para que el proyecto del Albergue sea viable en el barrio de San Blas en el Centro Histórico se recomienda que el Municipio de Quito idease planes de acción para la recuperación parcial del Centro. Todo eso, con el apoyo de la gente de la zona interesada en desarrollar el Centro Histórico como un lugar turístico y de negocios.

También se recomienda que al comenzar el sexto año en que los beneficios serán superiores y ya no se debe pagar deuda, se invierta para remodelar la planta baja del Albergue para dar una funcionalidad óptima al servicio de cafetería que se ofrece.

El plan de desarrollo el Municipio debería tomar en cuenta varios aspectos como la seguridad, la iluminación, el mejoramiento de la calidad del aire y la capacitación de las personas dedicadas a la explotación turística del Centro histórico; y de igual manera la capacitación de los policías de la zona en el habla del inglés y en la prevención de crímenes.

A largo plazo se espera que la polución de los vehículos y transporte público disminuya gracias a la construcción del metro que se ha comenzado a promover con el Municipio de Quito. Mientras tanto se debería mejorar el control y revisión de emisión de gases, especialmente con los buses y carros de carga que son los que más contaminan el aire, al emitir grandes humaredas de CO₂. Ya que el humo de los autos, enferma a los habitantes del Centro y a sus visitantes; además deteriora las fachadas de los edificios y el gasto de

renovación es más constante de lo normal. Si bien el mejoramiento ambiental, no depende por completo al Albergue, se puede elaborar a largo plazo una propuesta al Municipio de Quito.

Para la capacitación en el campo turístico, se recomienda que se involucre al Ministerio de Turismo para que incluso colabore con la promoción turística de la zona.

Sin embargo, el Municipio no actuará si todos aquellos involucrados en la explotación turística del Centro Histórico no se preocupen por demandar mejoras en servicios de transporte y seguridad, además de una promoción del sector tanto a nivel nacional internacional mediante el Ministerio de Turismo.

Es importante decir que cuando se dé el proceso de soterramiento de los cables en el Centro Histórico; será algo positivo para el turismo porque la visibilidad de las construcciones y lugares de interés se verán más vistosas y hermosas de lo que son.

Se recomienda que el Centro histórico sea recuperado por zonas. Tenemos ejemplos muy concretos de la recuperación de zonas del Centro, que hace unos años eran considerados zona roja y peligrosa. Me refiero a la calle “La Ronda”, la calle 24 de Mayo y la plaza de San Francisco.

Antes de su recuperación, estas zonas resguardaban a asaltantes, prostitutas, expendedores de droga y otras gentes peligrosas. Pero el Municipio desplazó a todas esas personas y mediante la inversión para la recuperación de edificios y de la capacitación en servicio al cliente, aquellas zonas resurgieron como lugares que en la actualidad son bastante frecuentados por quiteños y visitantes foráneos.

En especial en la calle “La Ronda” donde se recuperó tiendas y negocios de manufactura tradicionales, y donde se encuentran cafeterías y bares que hacen resurgir las tradiciones del Quito antiguo.

En resumen, la importancia de fondo que radica en la recuperación parcial del Centro Histórico, es el recuperar la historia, la cultura y las tradiciones ricas en folklore gracias a la mezcla mestiza que se dio en la época colonial. Igualmente es importante que de esa manera se defina claramente la identidad del pueblo quiteño en éste caso. Hay que pensar que si se presenta un buen plan de recuperación es posible atraer inversiones que aumenten las plazas

de trabajo y mejoren la calidad de vida de los habitantes del Centro Histórico y de sus visitantes.

Se espera que en los años venideros, el Centro Histórico de Quito, sea recuperado, para el desarrollo de negocios relacionados al turismo, que ofrezcan servicios de calidad y al alcance de todos los visitantes. Además de mejorar la hospitalidad y educación de los habitantes y ciudadanos, en especial de aquellos que habitan la zona.

BIBLIOGRAFÍA:

- Acerenza, Miguel Ángel (1994). *Administración del Turismo*. México: Editorial Trillas.
- Acerenza, Miguel Ángel (2004). *Marketing Hotelero*. México: Editorial Trillas.
- Angulo, José Gregorio (2006). *Gerencia Competitiva de la Posada Turística*. México: Editorial Trillas.
- Australian Bureau of Statistics (2010). Documento electrónico. <http://www.abs.gov.au/AUSSTATS/abs@.nsf/allprimarymainfeatures/04846512597875E2CA2574CD001239FE?opendocument>. Consultado el 16 de Mayo 2012.
- Australian Bureau of Statistics (2010). <http://www.abs.gov.au/ausstats/abs@.nsf/mf/6306.0/>. Consultado el 16 de Mayo 2012.
- Casillas, Sixto Báez (2009). *Hotelería*. México: Editorial Patria.
- CBS Statistics of Netherlands (2011). <http://www.cbs.nl/en-GB/menu/home/default.htm>. Consultado el 18 de Mayo 2012.
- Central de reserva de hoteles. <http://www.hotelesecuador.com.ec/resultado.php?idiom=1&ciudad=1&tipo=&ubicacion=&categoria=&precio=0> Consultado el 9 de Enero 2012.
- Central de reserva de hoteles. <http://www.hotelesquito.com.ec/> Consultado el 9 de Enero 2012.
- Central de reserva de hoteles. http://www.booking.com/city/ec/quito.es.html?aid=306396;label=quito-4bbryPDBP7voCKr*uMBODQS9250333405;ws=&gclid=CLTJub-vo64CFU2b7QodLxOLRA Consultado el 9 de Enero 2012.
- Central de reserva de hoteles. <http://www.in-quito.com/uio-kito-qito-kyto-kyto/spanish-uio/hoteles-quito-ecuador/quito-hotel.htm> Consultado el 9 de Enero 2012.
- Concepto de Plan de Negocios. Mercadeo.com (2012). http://www.mercadeo.com/03_bussplan.html. Consultado el 25 de Junio 2012.
- Concepto de Viajar. <http://www.definicionabc.com/general/viajar.php> Consultado el 18 de Noviembre 2011.

- Corporación de Estudios y Publicaciones (2010). Legislación de Migración y Extranjería - Codificación de la ley de Extranjería / sección 1, Doc. 4 / Título II Categorías de Inmigración / Artículo 12 pág. 5. Quito – Ecuador: Corporación de Estudios y Publicaciones.
- Corporación de Estudios y Publicaciones (2010). Legislación de Migración y Extranjería - Codificación de la ley de Extranjería / sección 1, Doc. 5 Reglamento de la ley de Extranjería / Capítulo V Reglas para Categorías de Visas de No Inmigrante / Artículo 47 literal V pág. 21. Quito – Ecuador: Corporación de Estudios y Publicaciones.
- Corporación de Estudios y Publicaciones (2011). Ley de Turismo Reglamento y Legislación Conexa / Marco Legal / Reglamento general de aplicación de la ley de turismo / Título II De las Actividades Turísticas / Capítulo I De las Actividades turísticas y su Categorización / Artículo 43.a pág. 13. Quito – Ecuador: Corporación de Estudios y Publicaciones.
- DESTATIS (2011). STATISTISCHES BUNDESAMT
<https://www.destatis.de/DE/Startseite.html>. Consultado el 14 de Mayo 2012.
- González, Cristian (2011 – 2012) Profesor de la Universidad Internacional SEK. 9º Semestre. Quito – Ecuador.
- Hutter, Thomas (2011). Hutter Consult GmbH. Documento electrónico.
<http://www.thomashutter.com/index.php/2010/10/facebook-infografik-und-demographische-daten-deutschland-osterreich-und-schweiz-per-oktober-2010/>. Consultado el 14 de Mayo 2012.
- http://voyageforum.com/forum/auberge_jeunesse_comme_principe_hebergement_D1229773/ Consultado el 8 de Noviembre del 2011.
- HOSTELSCENTRAL (2012). <http://www.hostelscentral.com/hostels-article-6.html>. Consultado el 25 de Junio 2012.
- Hotel Casa Gangotena. <http://www.casagangotena.com> Consultado el 20 de Diciembre 2011.
- <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin/presuarvey.htm> Consultado el 12 de Noviembre del 2011.

- <http://www.irgltd.com/Resources/Publications/LAC/2001-03%20Estudios%20de%20Factabilidad%20de%20Proyectos%20Ecoturísticos-Guatemala.pdf>. Consultado el 14 de Noviembre del 2011.
- Imserso Instituto de Mayores y servicios Sociales (2010). <http://www.imersomayores.csic.es/internacional/monograficos/reino-unido/indicadores.html>. Consultado el 17 de Mayo 2012.
- Imserso Instituto de Mayores y servicios Sociales (2009). Documento electrónico. <http://www.imersomayores.csic.es/internacional/monograficos/reino-unido/indicadores-reinounido-00.pdf>. Consultado el 17 de Mayo 2012.
- Infoplease (2011). All the knowledge you need. <http://www.infoplease.com/us/census/data/economic.html>. Consultado el 15 de Mayo 2012.
- Infoplease (2011). All the knowledge you need <http://www.infoplease.com/us/census/data/demographic.html>. Consultado el 15 de
- López, Rodrigo (1998). Diversidad y diferencia. Buenos Aires: Editorial Conejo
- Luna, Rafael; Chaves, Damaris, PROARCA/CAPAS/USAID (2011). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos Ecoturísticos*. Documento electrónico.
- Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Moreno, Ángeles; Burneo, Patricio (2011-2012). Profesores de la Universidad Internacional SEK. 8º, y 9º semestre. Quito-Ecuador.
- Moreno, Ángeles; Burneo, Patricio (2011-2012) Profesores de la Universidad Internacional SEK. 7º, 8º, y 9º semestre. Quito-Ecuador.
- Noboa, Fernando Jurado (1989). *Calles de Quito*. Quito: Editorial Banco Central del Ecuador.
- Quito Primer patrimonio de la Humanidad (2012). <http://www.quito.com.ec/index.php/explora-y-disfruta/centro-historico>. Consultado el 25 de Junio 2012.
- Real Academia de La Lengua Española (2012). *Diccionario de la Lengua Española*. España. <http://lema.rae.es/drae/?val=aLBERGUE>. Consultado el 25 de Junio 2012.
- Sánchez, Josefina Montaña (2007). *Administración de Riesgos en Hotelería*. México: Editorial Trillas.

- Vallsmadella, Josep María (2002). *Técnicas de Marketing y Estrategias para Restaurantes*. Madrid – España: Editorial Prentice Hall.

ANEXOS

ANEXO 1: PLANOS DEL ALBERGUE

❖ Planta Baja



❖ Planta Alta



ANEXO 2: Cuadros Financieros

Anexo 2.1: resumen activos

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ"	
ACTIVOS FIJOS	
DESCRIPCION	VALOR
Terreno	15.000,00
Edificio	120.000,00
Decoración	863,00
Maquinaria y Equipo	12.469,50
Equipo de Computo	1.992,99
Muebles y Enseres	11.139,20
Menaje y Cristalería	3.043,83
Utilería	6.846,23
TOTAL	171.354,75

Anexo 2.2: activos

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ"			
DECORACION			
Inicio actividad			
CONCEPTO	CANT.	V.UNITARIO	V.TOTAL
Lamparás de pie	15	25,00	375,00
Cuadros	12	32,00	384,00
lámparas de mesa de sala	8	13,00	104,00
		TOTAL	863,00

MAQUINARIA Y EQUIPO			
Inicio actividad			
CONCEPTO	CANT.	V.UNITARIO	V.TOTAL
Cocina Industrial	1	721,31	721,31
Refrigerador industrial	1	2.128,00	2.128,00
Vitrina pastelera	1	2.520,00	2.520,00
Kit de válvulas	1	57,92	57,92
Microondas Industrial	1	1.020,29	1.020,29
Abrillantadora Industrial	1	2.010,40	2.010,40
Licuadaora	1	666,49	666,49
Cafetera Industrial	1	3.157,21	3.157,21
Filtro de Agua	1	187,88	187,88
			0,00
		TOTAL	12.469,50

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ"			
EQUIPO DE COMPUTO			
Inicio actividad			
CONCEPTO	CANT.	V.UNITARIO	V.TOTAL
Computadora	1	750,01	750,01
Impresora multifunción	1	201,60	201,60
Ruter	4	35,84	143,36
Laptop	2	449,01	898,02
		TOTAL	1.992,99

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ"			
MUEBLES Y ENSERES			
Inicio actividad			
CONCEPTO	CANT.	V.UNITARIO	V.TOTAL
Juego del sala PUFF	6	153,00	918,00
mesas de centro sala	3	112,00	336,00
Locker de Metal	26	135,00	3.510,00
Counter	1	2.016,00	2.016,00
Sillón ejecutivo	1	112,00	112,00
Archibador	1	67,20	67,20
Juego comedor 4 sillas	6	220,00	1.320,00
Bases cama laurel	26	110,00	2.860,00
		TOTAL	11.139,20

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ"			
CRISTALERIA			
Inicio actividad			
CONEPTO	CANT.	P.UNITARIO	P.TOTAL
Copa de cocktail	50	5,38	269,00
Vaso de jugo	100	1,58	158,00
Vaso bajo	100	1,72	172,00
Jarro cervecero	50	3,67	183,50
Copa capuccino	50	4,42	221,00
Salero pimentero	20	1,33	26,60
Dispensador sobres de azúcar	10	0,87	8,70
Azucarera	10	4,96	49,60
Jarra	5	17,74	88,70
Dispensador de servilletas	6	6,62	39,72
TOTAL			1.216,82

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ"			
VAJILLA			
Inicio actividad			
CONEPTO	CANT.	P.UNITARIO	P.TOTAL
Plato tendido 26 cm	50	3,39	169,50
Plato tendido 23,5 cm	50	2,89	144,50
Plato postre	50	2,23	111,50
Bowl 230 mm	50	1,46	73,00
Cremera	10	4,86	48,60
Salcero	20	1,41	28,20
Pozuelo 10 cm	50	1,48	74,00
TOTAL			649,30

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ"
CUBERTERIA
Inicio actividad

CONEPTO	Cant.	P.UNITARIO	P.TOTAL
Tenedor ensalada	50	1,80	90,00
Tenedor cocktail	50	1,50	75,00
Cuchara té	50	1,48	74,00
Cuchara café expreso	50	1,25	62,50
Cuchillo mantequilla	40	1,85	74,00
Cuchillo de mesa	50	2,18	109,00
TOTAL			484,50

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ"
UTENCILLOS Y ACCESORIOS
Inicio actividad

CONEPTO	CANT.	P.UNITARIO	P.TOTAL
Cuchillo carnicero	1	5,11	5,11
Cuchillo carnicero tramontina	1	6,50	6,50
sacabocado doble	1	2,44	2,44
Puntilla	1	2,27	2,27
Pinza pastelera	4	9,21	36,84
Pinza plástica	4	1,31	5,24
Colador	7	12,76	89,32
Colador mango de madera	1	4,74	4,74
Cucharón	3	3,05	9,15
Olla 12 Qt	1	132,64	132,64
Olla 8 Qt	1	63,31	63,31
Sartén 30,5 cm	1	55,61	55,61
Sartén 25,4 cm	4	40,20	160,80
Espátula 16"	1	7,38	7,38
Espátula 14"	1	6,97	6,97
Espátula 10"	1	3,76	3,76
Espátula 10"	1	4,70	4,70
Espátula 14"	1	7,62	7,62
Bandeja servicio	5	10,73	53,65
Tabla de picar 30,48x45,72	1	14,56	14,56
Tabla de picar 30,5x45,7	1	14,26	14,26
Infusor té	1	6,34	6,34
TOTAL			693,21

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ"
LENCERÍA Y MANTELERIA
Inicio actividad

CONEPTO	CANT.	P.UNITARIO	P.TOTAL
Manteles de Cocina	12	1,32	15,84
Sábanas llanas 1 1/4 (juego)	65	15,00	975,00
Cubre colchón 1 1/4	39	12,91	503,49
Cobertor de almohada	39	4,14	161,46
Cobertor de cama 1 1/2	65	31,93	2.075,45
Almohada especial 70*50	39	6,22	242,58
Toalla de baño 1,40*0,75	65	10,33	671,45
Mantel 1,6*1,6	9	8,74	78,66
Camino de mesa	9	4,70	42,30
Colchones	26	80,00	2.080,00
TOTAL			6.846,23

Anexo 2.3: crecimiento de la ocupación anual

AÑO 2				
Descripción	%	TIQ. PROM.	PAX	total ventas
Alojamiento	90%	24,00	4.861	116.659
Cafetería	10%	5,00	540	2.700
TOTAL	100%	29,00	5.401	119.360
AÑO 3				
Descripción	%	TIQ. PROM.	PAX	total ventas
Alojamiento	90%	24,00	4.958	118.993
Cafetería	10%	5,00	551	2.754
TOTAL	100%	29,00	5.509	121.747
AÑO 4				
Descripción	%	TIQ. PROM.	PAX	total ventas
Alojamiento	90%	24,00	5.057	121.372
Cafetería	10%	5,00	562	2.810
TOTAL	100%	29,00	5.619	124.182
AÑO 5				
Descripción	%	TIQ. PROM.	PAX	total ventas
Alojamiento	90%	24,00	5.158	123.800
Cafetería	10%	5,00	573	2.866
TOTAL	100%	29,00	5.731	126.666

Anexo 2.4: Depreciación

DESCRIPCION	INVERSION	VIDA UTIL AÑOS	%	VALOR ANUAL
INSTALACIONES	\$ 120.863,00	20	5%	\$ 6.043,15
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 12.469,50	5	20%	\$ 2.493,90
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 1.992,99	2	50%	\$ 996,50
MUEBLES Y ENSERES	\$ 11.139,20	5	20%	\$ 2.227,84
TOTAL	146.464,69			\$ 11.761,39

Anexo 2.5: Costos y Gastos

DESCRIPCION	CANT.	SUELDO MES	APORTE IESS (11,15%)	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	SUELDO + BEBENEFICIOS	SUELDO ANUAL
RECEPCIONISTA	3	\$ 400,00	\$ 44,60	\$ 33,33	\$ 24,17	\$ 1.506,30	\$ 18.075,60
COCINERO	1	\$ 350,00	\$ 39,03	\$ 29,17	\$ 24,17	\$ 442,36	\$ 5.308,30
BARMAN - MESERO	1	\$ 350,00	\$ 39,03	\$ 29,17	\$ 24,17	\$ 442,36	\$ 5.308,30
PERSONAL DE LIMPIEZA	1	\$ 350,00	\$ 39,03	\$ 29,17	\$ 24,17	\$ 442,36	\$ 5.308,30
TOTAL		\$ 1.450,00	\$ 161,68	\$ 120,83	\$ 96,67	\$ 2.833,38	\$ 34.000,50

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ"				
MATERIA PRIMA DIRECTA CAFETERIA				
INGREDIENTES	CANTIDAD	P.UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Leche Litros	50	1,59	79,50	954,00
Pulpa de fruta 500 Gr	10	1,65	16,50	198,00
Pan	200	0,35	70,00	840,00
Huevos	1560	0,13	202,80	2.433,60
Mantequilla 250 Gr	5	2,40	12,00	144,00
Chocolate en Tableta	5	3,19	15,95	191,40
Café para pasar	12	3,40	40,80	489,60
Azúcar (Lbs)	35	0,68	23,80	285,60
Aceite (Lt)	12	1,20	14,40	172,80
Quesadillas	210	0,30	63,00	756,00
Quimbolitos	100	0,50	50,00	600,00
Cebolla blanca (Kg)	8	0,60	4,80	57,60
Cebolla paiteña (Kg)	10	0,95	9,50	114,00
Especies	2	0,38	0,76	9,12
Pernil	5	2,40	12,00	144,00
Alimentos Congelados precocidos FACUNDO	10	3,93	39,30	471,60
Queso Mozarella 500 Gr	20	3,59	71,80	861,60
Jamón (Kg)	20	3,45	69,00	828,00
Tomate riñon (Kg)	8	2,50	20,00	240,00
Lechuga	12	0,85	10,20	122,40
Mayonesa 310 Gr	5	2,01	10,05	120,60
Ketchup 370 Gr	5	1,95	9,75	117,00
Azucar dietética Svelta en sobre	2	13,61	27,22	326,64
Té e infusiones	8	2,35	18,80	225,60
Pastel de chocolate	5	7,40	37,00	444,00
			928,93	11.147,16

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ"
MATERIA PRIMA DIRECTA (Bar)

LICOR	UNIDAD	CANTIDAD	Precio Unitario	P.TOTAL	VALOR ANUAL
Pilsener	jaba	12	0,90	10,80	129,60
Club	jaba	12	0,90	10,80	129,60
Malboro	carton	3	18,89	56,67	510,03
Funda de mani	funda	8	1,57	12,56	150,72
Fòsforos	paquetes	4	0,43	1,72	20,64
Guitig	jaba	12	0,50	6,00	72,00
Coca Cola	jaba	12	1,00	12,00	144,00
Hielo	Kg	3	1,60	4,80	57,60
Agua natural	Botellón	2	2	4	20
TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA				119,35	1.234,19

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ"
MATERIALES INDIRECTOS

DETALLE	P.UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Desinfectante multiusos 1,5 Lt	3,40	17,00	204,00
Utileria de limpieza	2,67	80,00	960,00
Ambiental	1,10	3,30	39,60
Papel higienico paquete de 12	5,60	44,80	537,60
Jabón de baño líquido (Lt)	2,00	60,00	720,00
Shampoo para dispensador (Lt)	2,17	65,00	780,00
TOTAL		270,10	3.241,20

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ" CONSUMOS SERVICIOS BÁSICOS			
--	--	--	--

DETALLE		TOTAL MES	TOTAL ANUAL
Agua		70,00	840,00
Energía Eléctrica		100,00	1.200,00
Internet		55,00	660,00
Teléfono		20,00	240,00
Combustible		65,00	780,00
	TOTAL	310,00	3.720,00

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ" MANTENIMIENTO Y REPARACION			
--	--	--	--

DETALLE	VALOR UNIT.	TOTAL MES	TOTAL ANUAL
Maquinaria y Equipo	12,00	24,00	288,00
Equipo de computo	20,00	20,00	240,00
Muebles y enseres	5,00	5,00	60,00
Menaje y cristalería	2,00	40,00	480,00
	TOTAL	89,00	1.068,00

PERSONAL ADMINISTRATIVO							
DESCRIPCION	CANT.	SUELDO MES	APORTE IESS (9,35%)	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	SUELDO + BEBEFICIO S	SUELDO ANUAL
GERENTE	1	\$ 800,00	\$ 89,20	\$ 66,67	\$ 24,33	\$ 980,20	\$ 11.762,40
TOTAL		800,00	89,20	66,67	24,33	980,20	11.762,40

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ" GASTOS VENTAS		
DETALLE	TOTAL MES	TOTAL ANUAL
Publicidad	166,67	2.000,00
Otros	40,00	480,00
	206,67	2.480,00

ANEXO 3: Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACION							
NOMBRE:							60
MONTO:	36.354,75			PLAZO (Mensual):			60
INTERES (Anual):	11,35%			PERIODO (Mensual):			12 Mensual
COMISION (Anual):	0,00%	Fecha		1 FEC.INICIO:			15-jul-2012
DIVIDENDO (Mensual):	796,80	Día de Pago		1 FEC.VENCIMIENTO:			15-jul-2017
Fecha de Conseción	15/07/2012	Días de Gracia		0			
Nro. Pago	Fec. Vencimiento	Días Trans.	Interés	Capital	Dividendo	Capital Reducido	Estado
			-	-		36.354,75	Vigente
1	15-ago-2012	31	343,86	452,95	796,80	35.901,80	Vigente
2	15-sep-2012	33	339,57	457,23	796,80	35.444,57	Vigente
3	15-oct-2012	28	335,25	461,55	796,80	34.983,02	Vigente
4	15-nov-2012	31	330,88	465,92	796,80	34.517,10	Vigente
5	15-dic-2012	32	326,47	470,33	796,80	34.046,77	Vigente
6	15-ene-2013	29	322,03	474,78	796,80	33.572,00	Vigente
7	15-feb-2013	31	317,54	479,27	796,80	33.092,73	Vigente
8	15-mar-2013	28	313,00	483,80	796,80	32.608,94	Vigente
9	15-abr-2013	31	308,43	488,37	796,80	32.120,56	Vigente
10	15-may-2013	30	303,81	492,99	796,80	31.627,57	Vigente
11	15-jun-2013	33	299,14	497,66	796,80	31.129,91	Vigente
12	15-jul-2013	28	294,44	502,36	796,80	30.627,55	Vigente
13	15-ago-2013	31	289,69	507,12	796,80	30.120,43	Vigente
14	15-sep-2013	32	284,89	511,91	796,80	29.608,52	Vigente
15	15-oct-2013	29	280,05	516,75	796,80	29.091,77	Vigente
16	15-nov-2013	31	275,16	521,64	796,80	28.570,12	Vigente
17	15-dic-2013	31	270,23	526,58	796,80	28.043,55	Vigente
18	15-ene-2014	30	265,25	531,56	796,80	27.511,99	Vigente
19	15-feb-2014	33	260,22	536,58	796,80	26.975,41	Vigente
20	15-mar-2014	28	255,14	541,66	796,80	26.433,75	Vigente
21	15-abr-2014	29	250,02	546,78	796,80	25.886,97	Vigente
22	15-may-2014	30	244,85	551,95	796,80	25.335,02	Vigente
23	15-jun-2014	32	239,63	557,17	796,80	24.777,84	Vigente
24	15-jul-2014	29	234,36	562,44	796,80	24.215,40	Vigente
25	15-ago-2014	31	229,04	567,76	796,80	23.647,64	Vigente
26	15-sep-2014	31	223,67	573,13	796,80	23.074,50	Vigente
27	15-oct-2014	30	218,25	578,55	796,80	22.495,95	Vigente
28	15-nov-2014	33	212,77	584,03	796,80	21.911,92	Vigente
29	15-dic-2014	28	207,25	589,55	796,80	21.322,37	Vigente
30	15-ene-2015	31	201,67	595,13	796,80	20.727,24	Vigente
31	15-feb-2015	32	196,05	600,76	796,80	20.126,49	Vigente
32	15-mar-2015	28	190,36	606,44	796,80	19.520,05	Vigente
33	15-abr-2015	30	184,63	612,17	796,80	18.907,88	Vigente
34	15-may-2015	30	178,84	617,96	796,80	18.289,91	Vigente
35	15-jun-2015	31	172,99	623,81	796,80	17.666,11	Vigente
36	15-jul-2015	30	167,09	629,71	796,80	17.036,40	Vigente
37	15-ago-2015	33	161,14	635,66	796,80	16.400,73	Vigente
38	15-sep-2015	29	155,12	641,68	796,80	15.759,05	Vigente
39	15-oct-2015	30	149,05	647,75	796,80	15.111,31	Vigente
40	15-nov-2015	32	142,93	653,87	796,80	14.457,44	Vigente
41	15-dic-2015	29	136,74	660,06	796,80	13.797,38	Vigente
42	15-ene-2016	31	130,50	666,30	796,80	13.131,08	Vigente
43	15-feb-2016	31	124,20	672,60	796,80	12.458,47	Vigente
44	15-mar-2016	29	117,84	678,96	796,80	11.779,51	Vigente
45	15-abr-2016	31	111,41	685,39	796,80	11.094,12	Vigente
46	15-may-2016	31	104,93	691,87	796,80	10.402,25	Vigente
47	15-jun-2016	30	98,39	698,41	796,80	9.703,84	Vigente
48	15-jul-2016	30	91,78	705,02	796,80	8.998,82	Vigente
49	15-ago-2016	31	85,11	711,69	796,80	8.287,14	Vigente
50	15-sep-2016	31	78,38	718,42	796,80	7.568,72	Vigente
51	15-oct-2016	32	71,59	725,21	796,80	6.843,50	Vigente
52	15-nov-2016	29	64,73	732,07	796,80	6.111,43	Vigente
53	15-dic-2016	30	57,80	739,00	796,80	5.372,44	Vigente
54	15-ene-2017	32	50,81	745,99	796,80	4.626,45	Vigente
55	15-feb-2017	30	43,76	753,04	796,80	3.873,41	Vigente
56	15-mar-2017	28	36,64	760,16	796,80	3.113,24	Vigente
57	15-abr-2017	33	29,45	767,35	796,80	2.345,89	Vigente
58	15-may-2017	28	22,19	774,61	796,80	1.571,27	Vigente
59	15-jun-2017	31	14,86	781,94	796,80	789,34	Vigente
60	15-jul-2017	32	7,47	789,34	796,80	0,00	Vigente
TOTAL			11.453,30	36.354,75			

ANEXO 4: Balance general y Estado de Pérdidas y Ganancias

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ"					
Balance General Año 0					
ACTIVOS			PASIVO		
Capital de trabajo	17.705,62				
Subtotal Activo Corriente		17.705,62	CFN		36.354,75
Terreno	15.000,00	15.000,00	TOTAL PASIVO		36.354,75
Edificio	120.000,00	120.000,00			
Decoración	863,00		CAPITAL SOCIAL		
Maquinaria y Equipo	12.469,50		Capital Pagado	153.847,62	
Equipo de Computo	1.992,99				
Muebles y enseres	11.139,20				
Menaje y Cristalería	3.043,83				
Utilería	6.846,23		Total Capital Contable		153.847,62
Subtotal Activo Fijo Neto		36.354,75			
Gastos de Constitución	1.142,00				
Subtotal Activo Diferido		1.142,00			
TOTAL ACTIVO		190.202,37	TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE		190.202,37

ALBERGUE JUVENIL "EL GAT CATALÀ"					
ESTADO DE RESULTADOS					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	117.019,50	116.659,44	118.992,63	121.372,48	123.799,93
(-) Costos de Operación	66.400,84	67.612,87	68.852,86	70.121,47	71.419,40
Utilidad Bruta	50.618,67	49.046,57	50.139,77	51.251,01	52.380,53
(-) Gastos Administrativos	1.971,00	2.132,23	2.306,64	2.495,33	2.699,45
(-) Gastos de Venta	2.480,00	2.682,86	2.902,32	3.139,73	3.396,56
(-) Gastos de Financieros	1.676,03	3.558,38	2.840,43	2.036,62	1.341,84
Utilidad Operacional	46.167,67	44.231,48	44.930,80	45.615,95	46.284,52
Utilidad antes imp. y utilidades	46.167,67	44.231,48	44.930,80	45.615,95	46.284,52
(-) 15% Trabajadores	6.925,15	6.634,72	6.739,62	6.842,39	6.942,68
Utilidad antes de impuestos	39.242,52	37.596,76	38.191,18	38.773,56	39.341,84
(-) 23% imp. Renta	9.025,78	8.647,25	8.783,97	8.917,92	9.048,62
Utilidad / pérdida neta total	30.216,74	28.949,50	29.407,21	29.855,64	30.293,22

ANEXO 5: Documentos De Soporte

Anexo 5.1: normativas y condiciones de la CFN

NORMATIVA DE LA CFN

LIBRO I: NORMATIVA SOBRE OPERACIONES

ANEXO A

CATEGORIA	DIVISION	GRUPO	CLASE	DESCRIPCION	CONDICION	OBSERVACION
			5.2.3.4	Venta Al Por Menor De Artículos De Ferretería, Pinturas Y Productos De Vidrio.	NO FINANCIABLE	
			5.2.3.9	Otros Tipos De Ventas Al Por Menor En Almacenes Especializados.	NO FINANCIABLE	
		6.2.4	5.2.4.0	Venta Al Por Menor En Almacenes De Artículos Usados.	NO FINANCIABLE	
		5.2.5	5.2.5.1	Venta Al Por Menor De Casas De Venta Por Correo.	NO FINANCIABLE	
			5.2.5.2	Venta Al Por Menor En Puestos De Venta Y En Mercados.	NO FINANCIABLE	
			5.2.5.9	Otros Tipos De Venta Al Por Menor No Realizada En Almacenes	NO FINANCIABLE	
		6.2.6	5.2.6.0	Reparación De Efectos Personales Y Enseres Domésticos.	FINANCIABLE	
H	DIVISIÓN 55	5.5.1	5.5.1.0	Hoteles, oCampamentos y otros tipos de hospedaje temporal (ver nota 1/)	FINANCIABLE	
		5.5.2	5.5.2.0	Restaurantes, Bares y Cantinas	FINANCIABLE	Se financia solo restaurantes con una calificación mínima de segunda categoría. No se financia comida rápida, bares ni cantinas.

Notas:

- 1/ Solo para esta actividad la CFN, como parte del rubro capital de trabajo, financia la promoción y publicidad turística que incluye una serie de productos y herramientas de difusión, que son prioritarias dada la naturaleza del producto que, al constituirse en un servicio, requiere de inversiones importantes en algunos rubros, los cuales se citan a continuación: diseño gráfico, material impreso, material audiovisual, producción de videos, producción cinematográfica, producción musical, letreros, banners, diseño de páginas web, publicidad en buscadores de internet, pago de alojamiento (hosting), publicidad en medios masivos nacionales e internacionales, work shops, fam trips, press trips, publicaciones, compra de fotografías y textos, traducciones, compra de material pop, campañas y pauta en medios escritos, televisivos, radiales, exhibiciones, muestras artísticas, ruedas de prensa, boletines, kits de prensa).

No.	CONDICIONES ^{1/}	1. CREDITO DIRECTO PARA EL DESARROLLO
1.	BENEFICIARIO FINAL – ESPECIFICIDAD SOBRE EL SUJETO DE CRÉDITO	Personas naturales y jurídicas
2.	SEGMENTO	PYME, Productivo Empresarial y Productivo Corporativo
3.	MODALIDAD	Operación por operación
4.	METODOLOGÍA DE RIESGOS	MRPP-PG
5.	ACTIVIDADES FINANCIABLES	Ver Anexo A "Actividades Financiables"
6.	MONTO MÍNIMO FINANCIAMIENTO	US \$ 50.000 (DIR-028-2011)
	MONTO MÁXIMO FINANCIAMIENTO	Hasta el límite máximo definido en la Metodología de Riesgos de Crédito de Primer Piso
7.	TASA	TPP-A
8.	MONEDA	USD
9.	DESTINO DEL CRÉDITO	a. Activos Fijos hasta 10 años b. Capital de Trabajo hasta 3 años
10.	FINANCIAMIENTO CFN	a. Hasta el 70% para proyectos nuevos b. Hasta el 100% para proyectos en marcha c. Hasta el 60% para proyectos de construcción d. Hasta el 80% para proyectos de generación eléctrica (nuevos o en marcha. (DIR-037-2011) Disposición especial: Para todos los proyectos nuevos, cuyo sector económico tenga un nivel de riesgo superior al máximo autorizado por el Directorio de la CFN, se podrá exigir un aporte adicional del cliente, a cuyo efecto se deberá contar con información específica del nivel de riesgo por producto, región y provincia (DIR-010-2011).
11.	APLICACIÓN DE PERÍODO DE GRACIA Y CASOS ESPECIALES	Si aplica

No.	CONDICIONES	2. LÍNEA REVOLVENTE DE CAPITAL DE TRABAJO
1.	BENEFICIARIO FINAL – ESPECIFICIDAD SOBRE EL SUJETO DE CRÉDITO	Personas naturales y jurídicas
2.	SEGMENTO	PYME, Productivo Empresarial y Productivo Corporativo
3.	MODALIDAD	Revolvente hasta 2 años con revisión a pedido del cliente
4.	METODOLOGÍA DE RIESGOS	MRPP-PG
5.	ACTIVIDADES FINANCIABLES	Ver Anexo A "Actividades Financiables"
6.	MONTO MÍNIMO FINANCIAMIENTO	US \$ 50.000 (DIR-028-2011)
	MONTO MÁXIMO FINANCIAMIENTO	Hasta el límite máximo definido en la Metodología de Riesgos de Crédito de Primer Piso
7.	TASA	TPP-A
8.	MONEDA	USD
9.	DESTINO DEL CRÉDITO	Capital de Trabajo hasta 1 año para cada desembolso
10.	FINANCIAMIENTO CFN	a. Hasta el 70% para proyectos nuevos b. Hasta el 100% para proyectos en marcha c.
11.	APLICACIÓN DE PERÍODO DE GRACIA Y CASOS ESPECIALES	No aplica

Anexo 5.2: solicitud para permiso de funcionamiento y registro del Municipio

 MUNICIPIO DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO																															
Nombre o Razón Social: _____	No. RUC: _____																														
Denominación o Nombre Comercial: _____	No. de Patente actual: _____																														
No. Licencia de Funcionamiento (renovación): _____	No. Predio: _____																														
PERSONA NATURAL	PERSONA JURÍDICA U OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD																														
Nombre completo: _____	Nombre completo del Representante Legal: _____																														
No. C.I.: _____	No. C.I. Representante Legal: _____																														
PARA ARTESANO:	No. Resolución: _____																														
Acuerdo Ministerial No. _____	Fecha de Resolución: _____ (dd/mm/aa)																														
Calificación Artesanal No. _____	Capital Suscrito: _____																														
Fecha de Resolución: _____ (dd/mm/aa)																															
INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA																															
Actividad Económica: _____																															
Marque con una X en el material que utiliza ☐ Madera, papel, ropa, similares ☐ Líquidos o gases inflamables ☐ Productos almacenados en palets de madera o en cartón corrugado. ☐ Productos almacenados en canastas de madera o envolturas de cartón corrugado. ☐ Otros artículos combustibles almacenados o utilizados en la fabricación: _____	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <th colspan="3">CANTIDAD</th> </tr> <tr> <th>Pequeña</th> <th>Mediana</th> <th>Grande</th> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>	CANTIDAD			Pequeña	Mediana	Grande																								
CANTIDAD																															
Pequeña	Mediana	Grande																													
Dimensiones del local (m ²): _____																															
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO																															
Calle Principal: _____	Calle Secundaria: _____ Letra - Número: _____																														
Edificio: _____	Piso: _____ Oficina / Departamento No.: _____																														
Parroquia: _____	Sector o Referencia para ubicación: _____																														
Teléfono 1: _____	Teléfono 2: _____ E-mail: _____																														
INFORMACIÓN PARA PUBLICIDAD EXTERIOR																															
En caso de requerir permiso para publicidad exterior (rótulo) por favor completar la siguiente información:																															
Local propio: ☐	Local arrendado: ☐																														
Leyenda: _____	Largo: _____ Ancho: _____																														
	Altura sobre el nivel de la acera: _____ Tipo de Material: _____																														
<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <th colspan="3">UBICACIÓN DEL RÓTULO</th> </tr> <tr> <th>Adosado a la fachada frontal</th> <th>Adosado a la pared medianera</th> <th>Adosado a la pared lateral</th> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>	UBICACIÓN DEL RÓTULO			Adosado a la fachada frontal	Adosado a la pared medianera	Adosado a la pared lateral				<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <th colspan="7">TIPO DE RÓTULO</th> </tr> <tr> <th>Rótulo</th> <th>Mural</th> <th>Vallas</th> <th>Bandera</th> <th>Paneles Estáticos</th> <th>Módulos</th> <th>Otro (especifique)</th> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>	TIPO DE RÓTULO							Rótulo	Mural	Vallas	Bandera	Paneles Estáticos	Módulos	Otro (especifique)							
UBICACIÓN DEL RÓTULO																															
Adosado a la fachada frontal	Adosado a la pared medianera	Adosado a la pared lateral																													
TIPO DE RÓTULO																															
Rótulo	Mural	Vallas	Bandera	Paneles Estáticos	Módulos	Otro (especifique)																									
CROQUIS DE UBICACIÓN																															
N O E S																															
Sres. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito: Por medio de la presente, el suscrito afirma conocer la obligatoriedad de cumplir con la normativa legal vigente para Licencia Metropolitana de Funcionamiento; así como las Ordenanzas correspondientes a Ambiente, Publicidad Exterior, Patentes, Control y Prevención de Incendios y Salud.																															
FIRMA: _____ NOMBRE: _____ C.I. _____	FUNCIONARIO RESPONSABLE: _____ FECHA: _____ No. TRÁMITE: _____																														

SOLICITUD DE REGISTRO							
Alimentos y Bebidas / Alojamiento / Recreación, diversión y esparcimiento							
Fecha:							
Yo, _____, en calidad de propietario o representante legal, solicito a la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, se digne, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, clasificar, tipificar y registrar al establecimiento turístico, cuyas características son las siguientes:							
Propietario (Persona jurídica):							
Nombre del establecimiento:							
Registro Único de Contribuyentes (RUC):				N° Patente Municipal:			
Cedula de Ciudadanía / Pasaporte:							
UBICACIÓN							
Ciudad:		Parroquia:		Sector:			
Adm. Zonal:		Calle:					
No.		Transversal:					
Referencias ubicación:		Telefono:		Fax:			
Celular:		Pag. Web:		E-mail:			
REFERENCIAS							
Contacto:				Telefono contacto:			
ACTIVIDAD TURISTICA				CROQUIS			
☐ Alojamiento ☐ Alimentos y bebidas ☐ Recreación, diversión y esparcimiento, Parques de atracciones estables (Discotecas, peñas, salas de baile, salas de recepciones y banquetes, pistas de patinaje, boleros, ferias y balnearios, centros de recreación turística) ☐ Intermediación (Centros de convenciones, organizadores de eventos, congresos y convenciones)							
DECLARACIÓN JURAMENTADA							
Yo, _____, por mis propios derechos (o en representación de la persona jurídica, identificada líneas arriba) solicito que la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico y la Administración Municipal competente, procedan con las inspecciones respectivas a la normativa turística vigente. Declaro que la información aquí proporcionada es verídica y me comprometo a acatar fielmente las disposiciones correspondientes a las leyes y ordenanzas aplicables.							
f) _____ DECLARANTE Céd / Pasaporte No. _____							
Este campo debe ser llenado por la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico							
Tiempo de funcionamiento: Nuevo: ☐ Cambio de propietario: ☐ En funcionamiento años anteriores: ☐							

REQUISITOS PARA LA OBTENCION DEL REGISTRO
(Alimentos y Bebidas / Alojamiento / Recreación, diversión y esparcimiento)

1. Formulario de solicitud de inscripción, (Anverso)
2. Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía y del aumento del capital o reformas de estatutos, si los hubiere (**SOLO PERSONAS JURIDICAS**).
3. Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil (**SOLO PERSONAS JURIDICAS**).
4. Copia de la Cédula de Ciudadanía,
5. Copia de la última papeleta de votación
6. Copia del Registro Unico de Contribuyentes (R.U.C.),
7. Certificado de búsqueda fonética (nombre comercial), emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI),
8. Inventario valorado de los Activos Fijos Tangibles (Maquinaria, Muebles y Enseres, Equipos de Computación, etc.) que posea el establecimiento.
9. Formulario de declaración de la Contribución del Uno por Mil sobre Activos Fijos Tangibles, debidamente firmado por el propietario o representante legal. (Solicitar formulario en la Ventanilla Unica Turística), y dos copias originales.
10. Original y dos copias adicionales del comprobante de pago por Registro y Contribución del Uno por Mil sobre los Activos Fijos Tangibles.
11. Informe de Compatibilidad de Uso del Suelo actualizado
12. Dos copias de la Patente Municipal del año correspondiente.

- Para el trámite en el IEPI, se recomienda primero acudir a la Ventanilla de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico Administración Zonal Norte, para la verificación previa del nombre en el Sistema de Catastros y Sistema Integrado de Información Turística (SIT), y evitar la repetición con nombres de establecimientos ya registrados
- Dirección IEPI: Av. República y Diego de Almagro – Edificio FORUM 1er. piso.
- El pago por Registro se lo realiza una sola vez durante el ejercicio de la actividad económica.
- Los establecimientos ubicados en centros comerciales, no requieren del informe de Compatibilidad de uso del suelo.

Gerencia La Mariscal: Baquerizo Moreno ET-80 y Reina Victoria frente parque Gabriela Mistral Telef.: 2566683
Administración Zonal Norte: Amazonas s/n y Pereira Telef.: 2242922
www.quito.com.ec www.quito-turismo.gov.ec

ANEXO 6: Restaurantes y Cafeterías del Centro Histórico

Tipo de Actividad	Registro	Nombre	Dirección	Categoría
CAFETERIA	1701506102	CAFE DEL TEATRO	MANABI e/ GUAYAQUIL Y FLORES EDIF. CAFE DEL TEATRO	PRIMERA
CAFETERIA	1701501046	BUHO EL	GARCIA MORENO Y PASAJE ESPEJO	PRIMERA
FUENTE DE SODA	1701506945	FORNACE GELATERIA PIZZERIA LA	GUAYAQUIL N7-27 Y OLMEDO	PRIMERA
RESTAURANTE	1701505245	OCTAVA DE CORPUS	JUNIN E2-167 Y ALMEIDA	PRIMERA
RESTAURANTE	1701505432	HASTA LA VUELTA SEÑOR ... FONDA QUITAÑA	CHILE Oe4-22 Y VENEZUELA - PASAJE ARZOBISPAL	PRIMERA
RESTAURANTE	1701501298	CHANG SELF SERVICE	CHILE Oe2-37 Y FLORES	PRIMERA
RESTAURANTE	1701503932	THEATRUM RESTAURANTE & VINOS BAR	GUAYAQUIL Y MANABI (INTERIOR TEATRO SUCRE)	PRIMERA
RESTAURANTE	1701503866	MEA CULPA	VENEZUELA OE4-22 Y CHILE - PALACIO ARZOBISPAL	PRIMERA
RESTAURANTE	1701504250	PIM'S NO 3	CIMA DEL PANECILLO	PRIMERA
RESTAURANTE	1701575530	SHORTON GRILL STEAK HOUSE No 3	GARCIA MORENO 415 Y MANABI	PRIMERA
CAFETERIA		Panadería de San Juan	Calle Defilio Torres 248 Frente al Antiguo Hospital Militar	PRIMERA
RESTAURANTE	1701505019	FUENTE DEL CONQUISTADOR LA	BENALCAZAR OE7-44 Y OLMEDO	SEGUNDA
RESTAURANTE	1701506533	CAFE DE SAN FRANCISCO EL	BOLIVAR 517 Y BENALCAZAR ESQ.	SEGUNDA
FUENTE DE SODA	1701504684	KICOS HELADOS NO. 8	CHILE N5-31 Y VENEZUELA C.C. PASAJE ARZOBISPAL P 23	SEGUNDA
RESTAURANTE	1701501441	CARAVANA NO 14	CHILE OE 2-69 Y GUAYAQUIL	SEGUNDA
RESTAURANTE	1701504772	CARAVANA SUC.	CHILE OE 5-70 Y BENALCAZAR - CENTRO HISTORICO	SEGUNDA
RESTAURANTE	1701505078	CAFE DEL FRAILE	CHILE Oe4-22 Y VENEZUELA - PALACIO ARZOBISPAL	SEGUNDA
RESTAURANTE	1701506677	MENESTRAS DEL NEGRO N. 8	CHILE OE4-22 Y VENEZUELA (PASAJE ARZOBISPAL)	SEGUNDA
RESTAURANTE	1701505018	PIZZA SA NO 5	ESPEJO 832 Y FLORES LOCAL	SEGUNDA
RESTAURANTE	1701504628	FRUTERIA MONSERRATE NO 1	ESPEJO Oe2-12 Y FLORES	SEGUNDA
RESTAURANTE	1701505410	NUEVA GUARAGUA LA	ESPEJO Oe2-40 Y FLORES	SEGUNDA
CAFETERIA	1701506336	MALOCA	FLORES N7-28 Y MANABI	SEGUNDA
RESTAURANTE	1701504551	CRIOLLO EL	FLORES N7-31 Y OLMEDO	SEGUNDA
RESTAURANTE	1701506676	MENESTRAS DEL NEGRO N. 7	GUAYAQUIL 1422 Y ESMERALDAS	SEGUNDA
RESTAURANTE	1701505472	TEXAS CHICKEN No 8	GUAYAQUIL 609 Y ESMERALDAS	SEGUNDA
RESTAURANTE	1701501532	KENTUCKY FRIED CHICKEN NO 2	GUAYAQUIL N9-02 Y ESMERALDAS	SEGUNDA
RESTAURANTE	1701504865	CAFE MIRADOR VISTA HERMOSA	MEJIA OE 4-51 Y GARCIA MORENO	SEGUNDA
FUENTE DE SODA	1701501176	MI SANDUCHE	MEJIA OE 5-33 Y GARCIA MORENO	SEGUNDA
RESTAURANTE	1701503756	CAFE SIBARI	MORALES 707 Y GUAYAQUIL	SEGUNDA
CAFETERIA	1701506016	TORRE VLASS	VENEZUELA 1739 Y CARCHI	SEGUNDA
CAFETERIA	1701505501	CARIBE	VENEZUELA 4751 Y BOLIVAR	SEGUNDA

ANEXO 7: PROFORMAS

  EQUIPOS DE COMPUTACIÓN IMPRESORAS • SUMINISTROS MANTENIMIENTO			
RUC: 0400838256001			
PROFORMA			
NOMBRE : DIEGO TORRES		FECHA: 05 DE JUNIO DE 2012	
RUC : *****			
DIRECCION: QUITO			
TELEFONO :			
CANTIDAD	DESCRIPCION	V. UNIT.	V. TOTAL
2	MINILAPTOP HP 210-4110LA	400,9	801,80
	PRECESADOR INTEL ATOM CPU @ 1.66GHZ		
	DISCO DURO 500GB		
	MEMORIA 2GB 1333 DDR3		
	PANTALLA 10,1" LED		
	WIRELESS 802.11b/g		
	BLUETOOTH		
	LECTOR MEMORIAS PC CARD EXPRESS.		
	HP WEB CAM .		
	WINDOWS 7		
	MINIMOUSE USB		
4	ROUTER D-LIK DIR 600	32	128,00
1	IMPRESORA LASER SAMSUNG COLOR CLP 325 W	180	180,00
		612,9	
F. DE PAGO: CONTADO		SUBTOTAL	1109,80
GARANTIA: UN AÑO POR DEFECTOS DE FABRICACION		IVA. 12%	133,17
# 02897		TOTAL	1242,97
NOTA:			
ATTE.			
DR. JORGE O. VACA		RECIBI CONFORME	
GERENTE			
      			
América N16 - 78 y Río de Janeiro (esquina)			
Telef: 3214402 / 2225649 / 091760854(P) / 095225357(M)			
E-mail: compunex1@hotmail.com			
Quito - Ecuador			



RUC: 0400838256001

PROFORMA

NOMBRE : **DIEGO TORRES**

FECHA: 06 DE JUNIO DE 2012

RUC :

DIRECCION: **QUITO**

TELEFONO :

CANTIDAD	DESCRIPCION	V. UNIT.	V. TOTAL
1	CASE ATX BLACK FUENTE 700W.	669,65	669,65
	PROCESADOR CORE i3 2100 DE 3.1GHz 1333		
	MAINBOARD INTEL DH61CR CORE i3 1333		
	DISCO DURO 1000GB 7200RPM SAMSUNG SATA		
	MEMORIA 4GB 1333MHz DDR3 KINGSTON		
	LECTOR MEMORIAS INTERNO		
	VIDEO 128MB		
	RED10/100		
	SONIDO FULL DUPLEX		
	DVD RW -R +R -RW+RW SAMSUNG		
	FLAT PANEL 19" SAMSUNG		
	TECLADO MULTIMEDIA USB		
	MOUSE PS2		
	PARLANTES		
	COBERTORES		
	REGULADOR DE VOLTAJE		
	IMPRESORA MULTIFUNCION CANON MP-280		
	MUEBLE DE COMPUTADOR		
	CAMARA VIDEO CONF. GENIUS / FLASH MEMORY 8GB	669,65	
F. DE PAGO: CONTADO		SUBTOTAL	669,65
GARANTIA: UN AÑO POR DEFECTOS DE FABRICACION		IVA. 12%	80,35
# 02847		TOTAL	750,00

NOTA:

ATTE.	
DR. JORGE O. VACA	RECIBI CONFORME
GERENTE	
América N16 - 78 y Río de Janeiro (esquina) Telef: 3214402 / 2225649 / 091760854(P) / 095225357(M) E-mail: compunex1@hotmail.com Quito - Ecuador	



Puff Factory

Quito 7 junio del 2012

Sr. Diego Torres

Ha solicitado información sobre los precios de nuestros diseños. A continuación, se indica nuestro presupuesto:

CANT	PUFF'S	P. UNIT	P. TOTAL
3	Juegos de sala	150	450
	3 doble		
	6 peras Gr		
	3 islas Jr		
	6 cojines 40x40		
	Subtotal		
	15% de descuento		67,50
	IVA		0.00
	Total		382,50
	Fecha de entrega		4 días hábiles



Gracias por darnos la oportunidad de ofrecerle este presupuesto. Como siempre, es un placer para nosotros hacer negocios con ustedes. Esperamos hacer realidad este pedido para su completa satisfacción.

Atentamente,

Giovanny Morales

P.D. Si desea discutir alguno de los elementos de este presupuesto o si necesita alguna otra información, no dude en llamarme personalmente al número 098898734

WWW.DECOPUFF.NET

Calle Río Coca E4 99 y Av Amazonas

puff_mania@hotmail.com

**TERMALIMEX CIA. LTDA.**

Dirección: RUMIPAMBA OE1-80 Y AV. 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 1790162524001**SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES****RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004****PROFORMA: 0009256****Cliente :** DIEGO TORRES

Quito, 04 de Junio del 2012

Contacto :**Dirección :** MANUEL CHALECO OE584 Y MANUEL R.**Ciudad :** QUITO**Email :****R.U.C. :** 9999999999**TELEFONO :** 3300359**Cod. Vendedor :** MA

Pag. 1 de 3

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
1	1	Máquina de café expreso y/o capuchino semi automática NUOVA SIMONELLI APPIA de fabricación italiana. Unidad de un grupo, tanque de caldero de 11.5 lts., unidad provista de tubo de vapor y porta tazas superior. Especific. eléctrica 115/60/1	2,818.94	0.00	2,818.94
2	1	Filtro de agua NUOVA SIMONELLI KD8.	167.65	0.00	167.65
3	1	Cocina industrial tipo counter ANVIL HPA1004, operación a gas con cuatro hornillas abiertas de 26.000 BTU cada una, parrillas de 30x30 cms. unidad fabricada de acero inoxidable. Dimensiones 60 x69.2x36.4 cms. de alto.	644.03	0.00	644.03
4	1	KIT DE VALVULAS	51.71	0.00	51.71
5	1	Horno industrial de microondas AMANA RCS10TS de fabricación americana, capacidad de calentamiento 1000 watts, capacidad interior de 1.2 pies cúbicos. Menú con capacidad de almacenar hasta 10 programas. Terminado interior y exterior en acero inoxidable. Especific. eléctrica 120/60/1	910.97	0.00	910.97
6	50	Copa para cocktail BORMIOLLI 1.24490, de 8-1/4 onz, 24.5 cl de capacidad	4.80	0.00	240.00
7	100	Vaso BORMIOLI 4.11640, de 10 1/4 onzas de capacidad	1.41	0.00	141.00
8	100	Vaso bajo	1.54	0.00	154.00
9	50	Jarro cervecero BORMIOLI 1.33430, de 12 3/4 onz de capacidad, 37.9cl	3.28	0.00	164.00
10	50	Copa Capuccino BORMIOLLI 3.40330, de 7 1/2 onzas de capacidad, 100mm de altura	3.95	0.00	197.50
11	50	Plato tendido BORMIOLI 4.05809 de 26 cms. de diámetro, color blanco.	3.03	0.00	151.50
12	50	Plato tendido BORMIOLI 4.05810 de 23.5 cms. de diámetro, color blanco.	2.58	0.00	129.00
13	50	Plato para postre BORMIOLI 4.05812 de 19.5 cms. de diámetro, color blanco.	1.99	0.00	99.50
14	50	Bowl de 230 mm BORMIOLI 4.00882, color blanco, 9"	1.30	0.00	65.00
15	50	Pozuelo BORMIOLI 4.05876 de 10 cms. de diámetro y 5 3/4 onz de capacidad, color blanco.	1.32	0.00	66.00
16	50	Tenedor ensalada UPDATE U-RE-106 fabricado en acero inoxidable.	1.61	0.00	80.50
17	50	Tenedor cocktail U-RE-107 UPDATE fabricado en acero inoxidable.	1.34	0.00	67.00
18	50	Cuchara té UPDATE U-RE-101 fabricada en acero inoxidable.	1.32	0.00	66.00
19	50	Cucharita café expreso UPDATE U-RE-100 fabricada en acero inoxidable.	1.12	0.00	56.00
20	40	Cuchillo de mantequilla UPDATE U-RE-109 fabricado en acero inoxidable.	1.65	0.00	66.00
21	50	Cuchillo de mesa UPDATE U-RE-108 fabricado en acero inoxidable.	1.95	0.00	97.50
22	20	Salcero ARCOPAL, 36934, fabricado en vidrio templado. Diámetro. 6 cms. Capacidad: 1oz.	1.26	0.00	25.20
23	1	CUCHILLO CARNICERO 6" AMARILLO, TRAMONTINA 24620/056	4.56	0.00	4.56

TERMALIMEX CIA. LTDA.

Dirección: RUMIPAMBA OE1-60 Y AV. 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 1790162524001

SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES

RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004

PROFORMA:

0009256

Cliente : DIEGO TORRES

Quito, 04 de Junio del 2012

Contacto :

Dirección : MANUEL CHALECO OE584 Y MANUEL R.

Ciudad : QUITO

Email :

R.U.C. : 9999999999

TELÉFONO : 3300359

Cod. Vendedor : MA

Pag. 2 de 3

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
24	1	Cuchillo carnicero de 6" TRAMONTINA Mod. 24621/186, de acero inoxidable.	5.80	0.00	5.80
25	1	Sacabocado doble HALCO 1226SP de 2.5 y 3.1 cms. de diámetro fabricado de acero inoxidable de 17.8 cm de longitud con mango plástico.	2.18	0.00	2.18
26	1	Puntilla TRAMONTINA 24626/0833" (7.6 cms.), mango plástico.	2.03	0.00	2.03
27	1	INFUSOR TE GRANDE 8CM WESTMARK 15352270	5.66	0.00	5.66
28	20	Salero pimentero HALCO 151SP, fabricado en acero inoxidable la tapa y frasco de cristal 2 oz de capacidad	1.19	0.00	23.80
29	10	Dispensador de sobres de azucar UPDATE U-SPH-BK	0.78	0.00	7.80
30	6	Dispensador para servilletas UPDATE U-ND-5, fabricado en acero inoxidable pulido, tamaño 9.84x12.07x14.61 cm.	5.91	0.00	35.46
31	10	Azucarera SUNNEX 11122P fabricada s/s de 10 onzas (0.28 LTS.) de capacidad, provista de tapa.	4.43	0.00	44.30
32	10	Cremera HALCO SH272 fabricada de acero inoxidable de 8 onzas de capacidad.	4.34	0.00	43.40
33	5	Jarra CARLISLE 5587-07 fabricada de policarbonato transparente de 60 onzas de capacidad.	15.84	0.00	79.20
34	4	Pinza de pasteleria VOLLRATH 47107 fabricada de acero inoxidable de 23.5 cm	8.22	0.00	32.88
35	4	Pinza plástica, UPDATE, PCT-9BK, 23cm	1.17	0.00	4.68
36	7	Colador WESTMARK 12142270 fabricado en acero inoxidable 16cm de diámetro	11.39	0.00	79.73
37	1	Colador UPDATE U-SSF-6/SS, malla fina de acero inoxidable, diámetro 16 cms., mango de madera.	4.23	0.00	4.23
38	3	Cucharón de una pieza UPDATE U-LOP-40 fabricado de acero inoxidable de 4 onzas de capacidad.	2.72	0.00	8.16
39	1	Licuada WARING Mod. MX1000XT, capacidad 64 onz., contenedor de policarbonato, espec. elec. 115/60/1.	595.08	0.00	595.08
40	1	Olla de inducción ADCRAFT SSP-12 fabricada de acero inoxidable de 12 Qt. de capacidad, provista de tapa.	118.43	0.00	118.43
41	1	Olla de inducción UPDATE U-SPS-8T fabricada en acero inoxidable de 8 Qt. de capacidad provista de tapa.	56.53	0.00	56.53
42	4	Sartén VOLLRATH 67810 fabricado de aluminio con recubrimiento antiadherente de 25.4 cm de diámetro, mango aislado.	35.89	0.00	143.56
43	1	Sartén VOLLRATH 67812 fabricado de aluminio con recubrimiento antiadherente de 30.5 cm de diámetro, mango aislado.	49.65	0.00	49.65
44	1	Espátula para alta temperatura UPDATE U-RSC-16HR, hoja de silicona resistente a temperaturas de hasta 500°F, mango de polipropileno. Longitud 16".	6.59	0.00	6.59
45	1	Espátula para alta temperatura UPDATE U-RSC-14HR, hoja de silicona resistente a temperaturas de hasta 500°F, mango de polipropileno. Longitud 14".	6.22	0.00	6.22

TERMALIMEX CIA. LTDA.

Dirección: RUMIPAMBA OE1-60 Y AV. 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 1790162524001**SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES****RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004****PROFORMA:****0009256****Cliente :** DIEGO TORRES

Quito, 04 de Junio del 2012

Contacto :**Dirección :** MANUEL CHALECO OE584 Y MANUEL R.**Ciudad :** QUITO**Email :****R.U.C. :** 9999999999**TELEFONO :** 3300359**Cod. Vendedor :** MA

Pag. 3 de 3

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
46	1	Espátula para alta temperatura UPDATE U-RSC-10HR, hoja de silicona resistente a temperaturas de hasta 500°F, mango de polipropileno. Longitud 10".	3.36	0.00	3.36
47	1	Espátula para alta temperatura UPDATE U-RSC-10HR, hoja de silicona tipo cuchara resistente a temperaturas de hasta 500°F, mango de polipropileno. Longitud 10".	4.20	0.00	4.20
48	1	Espátula para alta temperatura UPDATE U-RSC-14HR, hoja de silicona tipo cuchara resistente a temperaturas de hasta 500°F, mango de polipropileno. Longitud 14".	6.80	0.00	6.80
49	5	Bandeja antideslizante rectangular SUNNEX MPE1520 fabricada en polipropileno, superficie de goma de 37.5 cms. x 50cm, color negro.	9.58	0.00	47.90
50	1	Tabla de picar UPDATE U-CBRE-1218 fabricada en polipropileno de 30.48 x 45.72 x 1.3 cm color rojo.	13.00	0.00	13.00
51	1	Tabla de picar UPDATE U-CB-1218 fabricada en polietileno de 30.5 x 45.7 x 1.3 cm., color blanco.	12.73	0.00	12.73

SUBTOTAL: 7,906.92

DSCTO. : 0.00

SUBTOTAL : 7,906.92

TRANSPORTE: 0.00

I.V.A. 12 %: 948.83

TOTAL : 8,855.75

CONDICIONES DE COMPRA Y VENTA:

FORMA DE PAGO: 8% DE DESCUENTO PAGO EFECTIVO.

TARJETA HASTA TRES MESES SIN INTERESES

PLAZO DE ENTREGA: PRODUCTOS EN STOCK, ENTREGA INMEDIATA.

LUGAR DE ENTREGA: BODEGAS DE TERMALIMEX QUITO.

VALIDEZ DE LA OFERTA: 15 DIAS A PARTIR DE LA PRESENTE.

GARANTIA: EN EL LUGAR DE COMPRA TERMALIMEX.

NOTA : NO INCLUYE COSTOS DE INSTALACION MATERIALES Y MANO DE OBRA

Maria Augusta Amores

Dpto. Comercial Termalimex

Telf:2275912 ext:116

**VITRINA VIENA II PARA
LÁCTEOS, EMBUTIDOS Y PASTELERÍA**



10 DGE

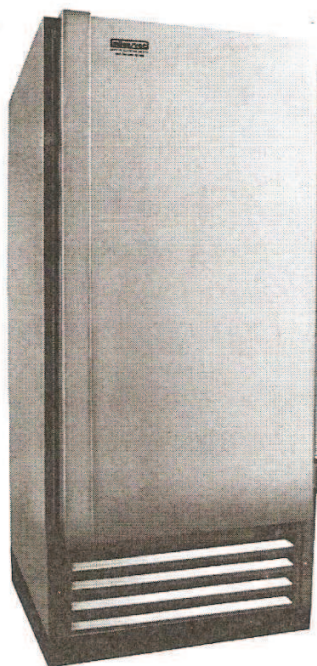
CARACTERISTICAS Y DATOS TECNICOS

LARGO MTS	FONDO MTS	ALTO incluido ruedas MTS	POTENCIA H.P.	No. PUERTAS	VOLTIOS	BANDEJAS	PRECIOS
1,20	0,90	1,28	3/8	2	110 V.	3	\$ 2.250 + IVA.
1,50	0,90	1,28	3/8	2	110 V.	4	\$ 2.620 + IVA.
1,80	0,90	1,28	3/8	2	110 V.	5	\$ 3.040 + IVA.

Temperatura de Trabajo -2° / + 3°C.
Temperatura Ambiente exterior +28°C.
Desencarhe automático.
Desague por evaporación automática.
Resistencia antivaho y vidrios refractarios al frío.

Corriente monofásica 110 V. 50-60 HZ.
Evaporador aire forzado con tubo de cobre y aletas
de aluminio. Construcción en acero inoxidable mate y
aluzing, termocontrol digital, además viene montado
sobre ruedas para su fácil movilización.

**ARMARIO DE REFRIGERACIÓN
Ó CONGELACIÓN 1 PUERTA
SÓLIDA DE ACERO**



CARACTERISTICAS Y DATOS TECNICOS

LARGO MTS	FONDO MTS	ALTO incluido ruedas MTS	POTENCIA H.P.	No. PUERTAS	VOLTIOS	NIVELES	PRECIOS
0,76	0,80	1,80	3/8	1	110 V.	4	\$ 1.900 + IVA.

Temperatura de Trabajo -20° / - 15°C.
Temperatura Ambiente exterior +28°C.
Resistencia antivaho en puertas y perfiles.
Termocontrol Digital.

Corriente monofásica 110 V. 50-60 HZ.
Refrigeración aire forzado ó Congelación estática.
Construcción en acero inoxidable mate y aluzing, además
viene montado sobre ruedas para su fácil movilización.



HOMELUX CÍA. LTDA.



www.lux.com.ec

AGENCIA AMERICA
TELEFONOS: 2524-310 - 2542 109
RUC-1792277140001
PROFORMA

AÑO	MES	DÍA	SEÑOR (ES)	AGENCIA	TELEFONO
2012	6	4	DIEGO TORRES	2524310	2542109
AUTORIZACION			DIRECCION:	VENDEDOR	
			CHALECO Y ROMO-- PINAR BAJO	ROBERTO SANTAMARIA	
			TELF- 3380359	CEL- 992856693	
CANTIDAD	ARTICULO			V. UNITARIO	TOTAL\$
1	PACE -20 ABRILLANTADORA INDUSTRIAL PARA TODO TIPO DE PISOS DE 1.5 HP. DE POTENCIA-PARA TRABAJO PESADO ITA 41 175 RPM. TRASMISION TRIPLE PLANETARIA MAQUINA CASI INDESTRUCTIBLE QUE LE VA BRINDAR MAYOR FUNCIONAMIENTO Y DURABILIDAD PROCEDENCIA AMERICANA MARCA LUX 15 METROS DE CABLE ACCESORIOS PORTA PAD DE 20" PAD PARA ENCERAR 20" PAD PARA ABRILLANTAR "				
PRECIO CONTADO				2179.00	2179.00
DESCUENTO ESPECIAL					384.00
TOTAL APAGAR					1795.00
PRECIOS NO INCLUYEN IVA					
GARANTIA 24 MESES					
SERVICIO DE REPUESTOS Y MANTENIMIENTO EN LAS PRINCIPALES CIUDADES DEL PAIS					
CAPACITACION DEL MANEJO DEL SISTEMA DE LIMPIEZA GRATUITO					
PROFORMA VALIDA POR 60 DIAS					
PRECIOS NO INCLUYEN IVA					

ROBERTO SANTAMARIA

Servicio Técnico Especializado 1800 Servilux (737845)

Quito Matriz: Rumipamba E2-112 y República Telefax: 2254-300 / 2257-009 / 2448-683 / 2449-930

Agencia América: América 800 y Portoviejo Telf: 2524-310 / 2542-109

Ambato: Av. Cevallos 447 entre Castillo y Quito Telf.: (03) 2421-292 Fax: (03) 2421-250

Guayaquil: Víctor Emilio Estrada 916 e Ilanes Telf.: (04) 2883-917 Fax: (04) 2883-978 Servicio al Cliente (04) 2884-878 / (04) 2884-384

Resto del País: 08 0314 160

PROFORMA N. 313
RAZON SOCIAL :
NOMBRE : SR. DIEGO TORRES
DIREC : .M.CHALCO OE5-84 Y M ROMO
CIUDAD : QUITO
R.U.C : 171423568-4
FORMA DE PAGO : CONTADO
TELF: 3-300359
QUITO, 06 DE JUNIO 2012
CONTACTO :
VENDEDOR :
E-MAIL:

PRODUCTO	UNIDAD	PRECIO	TOTAL
SABANA LLANAS 1 1/4 PL	65	13,390	870,35
CUBRECOLCHON 1 1/4 PL	39	11,530	449,67
COBERTOR DE ALMOHADAS	39	3,700	144,30
COBERTORES DE CAMA 1 1/2 PL	65	28,510	1853,15
ALMOHADA ESPECIAL 70*50	39	5,550	216,45
TOALLAS DE BAÑO 1,40*0,75	65	9,220	599,30
MANTELES 1,60	9	7,800	70,20
CAMINOS DE MESA	9	4,200	37,80

NOTA DESCUETO SIN ESTUCHE - 4 %
SUBTOTAL
4241,22
DESCUENTO %
SUBTOTAL
4241,22
I.V.A 12%
508,95
TOTAL
4750,17
ATENTAMENTE

WILSON ENCALADA R.
GERENTE



R.U.C. 1711499622001

PROFORMA
Nº 0000187

Señor(es): Diego Lopez Telf: 3300359

Dirección: 850 2111

R.U.C./C.I.: _____ Fecha: Quito 4/6/2017

RECIBI CONFORME

CLIENTE

FIRMA AUTORIZADA