

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

T'inpuxyaku Hotel Spa

**Karina Lucía Stacey Wirth,
Gonzalo Espinosa Mora Bowen,
Joaquín Ponce Hernández**

Tesis de grado presentada como requisito para la obtención del título de
Licenciado Administración de Empresas de Hospitalidad

Quito, mayo de 2013

Universidad San Francisco de Quito

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS

T'inpuxyaku Hotel Spa

Karina Lucía Stacey Wirth,
Gonzalo Espinosa Mora Bowen,
Joaquín Ponce Hernández

Mauricio Cepeda,
Master of Management in Hospitality
Director de la tesis

Giuliana Pachano,
Magister en Adm. de Empresas
Miembro del Comité de Tesis

Mauricio Cepeda,
Master of Management in Hospitality
Decano del Colegio de Hospitalidad,
Arte Culinario y Turismo

Quito, mayo de 2013

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

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

Firma: _____

Nombre: Karina Lucía Stacey Wirth

C. I.: 1713158986

Firma: _____

Nombre: Joaquín Ponce Hernández

C. I.: 1715297287

Firma: _____

Nombre: Gonzalo Espinosa Mora Bowen

C. I.: 1714837984

Fecha: Quito, mayo de 2013

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres, mi hermano y mis abuelos, quienes tuvieron fe en mí, me brindaron la confianza, la fuerza necesaria y estuvieron pendientes de mí y de mis logros durante esta hermosa etapa de mi vida. Mediante este proyecto buscamos ofrecer una vista del futuro turístico y hotelero al que el Ecuador debe llegar. Dedico también este proyecto a todos aquellos hoteleros que buscan brindar un servicio de calidad y así que el mundo conozca el Ecuador al cual tanto amo, su bondad, su naturaleza, el paraíso que somos. Porque “Ecuador, somos gente amable”.

Karina Stacey W.

El siguiente proyecto lo dedico al Ecuador por ser un país que tiene todo el potencial para ser considerado como un destino turístico. Este país podría ser un paraíso turístico y la actividad hotelera y hospitalaria sería tranquilamente el generador número uno. Lo único que falta es una buena planificación e inversión en infraestructura que atraiga más turistas dispuestos a hospedarse y a gastar dinero en el país. Por ello, el siguiente proyecto se enfoca en el desarrollo turístico del Ecuador brindando un servicio hospitalario de la más alta calidad.

Joaquín Ponce H.

Gracias por toda la paciencia, comprensión y fe que han depositado mis padres les dedico este proyecto que me ha permitido recoger todo el conocimiento y plasmarlo en una idea con la cual no solo busco recoger la teoría hotelera y turística, sino que me ha permitido soñar con un Ecuador mejor, una empresa responsable y consiente del ambiente que la rodea. Busco representar mis más puras y enérgicas ganas de que el mundo ame al Ecuador como yo lo amo a través del turismo responsable, profesional y siempre amparado por la figura inmensa de la naturaleza.

Gonzalo Espinosa M.B

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a mi padre, el Arquitecto Diego Stacey, quien tras largas horas de trabajo supo tomar nuestras ideas y plasmar un sueño en papel. Gracias por darle vida a este manantial de ilusiones.

Un agradecimiento especial a mi equipo, mis socios, Joaquín y Gonzalo por esos largos cafés descifrando la mejor manera de crear un sueño. Sin su apoyo, esfuerzo y dedicación T'inpuxyaku Hotel Spa no sería lo mismo.

Karina Stacey W.

Primeramente quisiera agradecer al Sr. Ramiro Espinosa, propietario de la hacienda Aliaga, quien nos ha brindado la posibilidad y todas las facilidades para realizar el siguiente proyecto en su propiedad.

Quisiera también agradecer a Gonzalo y Karina por todo el esfuerzo y dedicación que presentaron durante el desarrollo del proyecto. Sin su ayuda y arduo trabajo, este proyecto no hubiera podido ser realizado de la manera en la que se lo hizo.

Por último, quiero agradecer a mis padres, Mauricio y María José, por todo su apoyo a lo largo de mi vida. Ellos han sido siempre una inspiración de responsabilidad y esfuerzo para poder cumplir todas las metas que me he propuesto.

Joaquín Ponce H.

Para empezar quiero agradecer a este hermoso país, que con su inmensa naturaleza y bondad ha inspirado en mí más que una mirada de asombro, ha inspirado un sentimiento de grandeza y humildad a la vez, un deseo de explorarlo y amarlo, de luchar por él y por lo que creo.

En un plano más específico, quiero agradecerle a mi equipo de trabajo; Joaquín y Karina, que con su ayuda logro cerrar esta etapa de mi vida con un proyecto que representa nuestra idea ideal del futuro turístico del país.

Y por último, pero no lo menos importante, quiero agradecer a mis padres por su apoyo, mis hermanas, amigos y sobre todo a Daniela León.

Gonzalo Espinosa M.B

RESUMEN

El T'inpuxyaku Hotel Spa estará ubicado en las faldas del Iliniza Sur sobre la población de Pastocalle en la provincia de Cotopaxi. Será un hotel "full service" donde el huésped podrá participar en actividades típicas de la vieja hacienda andina. Los huéspedes también podrán experimentar un sentimiento completo de relajación en la naturaleza y nuestro exclusivo Spa.

El hotel tendrá una tarifa Rack que incluye hospedaje, desayuno y cena, entrada al Spa y actividades dentro de la hacienda. Está dirigido hacia un mercado medio medio-alto tanto nacional como extranjero. T'inpuxyaku Hotel Spa se promocionará en revistas nacionales e internacionales, por medio de agencias de viajes, vallas publicitarias y en nuestra página web.

El proyecto tendrá un costo de un millón cuatrocientos setenta y cinco mil ochocientos dólares americanos. Presupuesto dentro del cual, se financiará la obra gris, costos suaves (diseño, permisos, legal) por medio de capital de accionistas y apalancamiento a largo plazo con una figura bancaria. El préstamo estará compuesto por una tasa del 15% anual, a quince años plazo, con un monto requerido de un millón trescientos veintiocho mil doscientos veinte dólares americanos. Y el capital requerido de accionistas es de ciento cuarenta y siete mil quinientos ochenta dólares americanos.

Tomando una venta esperada de un millón ochocientos mil dólares americanos durante el primer año, y un crecimiento del 3% anual, se planea que el proyecto tenga un valor presente neto de cuatro millones sesenta y tres mil dólares, y entregue una TIR del 72%, tomando una tasa referencial del 15%. Por lo tanto, sostenemos que este es un proyecto financieramente interesante y saludable.

ABSTRACT

T'inpuxyaku Hotel Spa is located in the South Iliniza foothills above Pastocalle town in the Cotopaxi province. It is a full service hotel where guests can participate in typical Andean old farms activities. Guests also can experience a complete feeling of relaxation in nature and in our exclusive Spa.

The hotel will have a rack rate that will include lodging, breakfast and dinner, a hall pass to the Spa and activities within the farm. It is aimed towards medium and medium high class market, both domestic and abroad people. T'inpuxyaku Hotel Spa will be promoted in national and international magazines, through travel agencies, billboards and in our website.

The project will have an initial investment price of one million four hundred seventy five thousand eight hundred US dollars. This includes the hard cost, soft cost and initial currency needed to operate during first operating year. The capital will be brought together by two financial techniques. The company will make a loan for one million three hundred twenty eight thousand two hundred and twenty US dollars, over 15% annual rate, for a fifteen year term. Meanwhile the rest, will be financed by shareholders which represent one hundred forty seven thousand five hundred and eighty us dollars.

Once we have estimated one year sells for one million eight hundred ninety two thousand three hundred ninety seven us dollars, and an internal growth for 3% annually, the project represents a four million sixty three thousand three hundred seventy four us dollars, and a IRR rate of 72%, taking a 15 % rate as referential. Therefore, we strongly support that this project is financially interesting and healthy.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	9
Abstract	10
I. TABLA DE CONTENIDO.....	11
II. MARCO TEÓRICO.....	13
1 SUMARIO EJECUTIVO.....	13
2 CONCEPTO.....	16
3 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	16
3.1 ENTORNO MACROECONÓMICO.....	17
3.2 ANÁLISIS DEL SITIO.....	18
3.2.1 LOCALIZACIÓN.....	18
3.2.2 ADAPTABILIDAD Y CONVENIENCIA FÍSICA DEL TERRENO.....	19
3.2.3 ACCESO Y VISIBILIDAD.....	19
3.2.4 SERVICIOS BÁSICOS.....	19
3.2.5 SITUACIÓN LEGAL Y REGULACIONES MUNICIPALES.....	20
3.3 ANÁLISIS DE VECINDARIO.....	21
3.4 ANÁLISIS DEL MERCADO.....	22
3.4.1 INFORMACIÓN ECONÓMICA Y DEMOGRÁFICA.....	22
3.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	22
3.6 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	26
3.7 ESTUDIO DE PENETRACIÓN DE MERCADO, MARKET SHARE Y PORCENTAJE DE OCUPACIÓN.....	28
3.7.1 ANÁLISIS DE GRÁFICOS DE DEMANDA Y MARKETSHARE.....	29
3.8 PRONÓSTICO DE INGRESOS Y GASTOS.....	31
3.9 ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD DEL PROYECTO.....	43
4 DISEÑO Y ARQUITECTURA.....	45
4.1 PROGRAMA DE ESPACIO.....	47
4.2 GUESTROOM FLOOR.....	48
4.2.1 GUESTROOM MIX.....	50
4.3 PUBLIC SPACE DESIGN.....	52
5 PROGRAMA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.....	53
6 RECURSOS HUMANOS.....	58
6.1 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA.....	61
6.1.1 Gerente General.....	61
6.1.2 Administrador de Alimentos y Bebidas.....	62
6.1.3 Recursos Humanos.....	63
6.1.4 Publicidad y Marketing.....	65
6.1.5 Compras y Bodega.....	65

6.1.6 Costos.....	66
7 PLAN DE MARKETING.....	67
8 PRESUPUESTO FINAL DEL PROYECTO.....	80
9 CONCLUSIONES.....	81
III. ANEXOS	83
1 ANEXO A.....	83
2 ANEXO B.....	100
3 ANEXO C.....	104
4 ANEXO D.....	105
5 ANEXO E.....	108
IV. BIBLIOGRAFÍA.....	120

II. MARCO TEÓRICO

1. Sumario Ejecutivo

T'inpuxyaku Hotel Spa, ubicado en la provincia de Cotopaxi, en las alucinantes faldas del macizo de los Ilinizas, recoge la idea de un país mega diverso, la excelencia de un servicio personalizado y la hospitalidad del Ecuador y los reúne de una manera armoniosa en sus instalaciones de lujo. La búsqueda de ofrecer un servicio de lujo, acogido por la naturaleza andina, permite a T'inpuxyaku Hotel Spa ser único en cada una de sus características como referente en la hotelería rural.

T'inpuxyaku significa en quechua manantial de aguas termales, representa el concepto y la personalidad del Hotel Spa. Si bien el Hotel Spa busca ser un manantial andino, igualmente busca brindar un servicio de altísimo nivel, basado en la pro actividad y capacitación del personal, complementado de experiencias cercanas tanto a la vida típica andina y el contacto constante con la naturaleza, y resaltando su excelencia por medio de sus servicios gastronómicos, sus habitaciones y el relajante spa.

El desarrollo del personal es la base de nuestro servicio personalizado y característico del Hotel Spa. El hotel busca desarrollar una relación tanto profesional como emotiva con su personal, no solo entregando un sueldo a fin de mes, sino buscando el desarrollo tanto intelectual y profesional en cada uno de los integrantes del equipo de trabajo, por medio de un sistema de recompensas basado en cursos direccionados hacia el crecimiento hotelero y turístico. El hotel busca la superación y el desarrollo humano, no solo como

beneficio para consolidar el servicio, sino con el fin de entregar herramientas profesionales y evocar a la población de la zona la necesidad imperativa de la educación como paso determinante hacia un Ecuador referente como destino turístico.

Otra de las metas de T'inpuxyaku Hotel Spa, es el contacto con la naturaleza. El hotel persigue la necesidad humana de encontrarse con uno mismo, de calmar toda la intensidad cotidiana, y volver a estar en contacto con el ser interno. Basándonos en esta idea, T'inpuxyaku Hotel Spa recurre a la naturaleza como entidad para incitar al cliente a desconectarse de aquella vida cotidiana. Por medio de las actividades y tours ofrecidos en el hotel, se busca entregar una perspectiva experiencial del turismo, brindando al huésped no solo los servicios contratados, sino invitando a la admiración tanto interna como del entorno natural que nos sostiene como pobladores del mundo.

Y por último, el hotel brinda y ofrece los servicios clásicos de un hotel. Las habitaciones invitan a un descanso profundo, tanto físico como psicológico, entregando la comodidad de un hotel y el contacto, vista y calma que del entorno andino de la hacienda. Son habitaciones únicas, tanto en acabados como en entorno natural, permitiendo que cada huésped ajuste su experiencia a lo que realmente podría definir como descanso. En el caso de la oferta gastronómica, ofrecemos una propuesta basada en los altos conceptos de cocina, tanto internacional como nacional con el fin de deleitar y generar expectativas en cada uno de los huéspedes cada vez que requieren de nuestro restaurante Tioniza, la cafetería o el bar. Las instalaciones son la cara,

la portada de un concepto rico, el escenario donde todo el show se despliega de manera consistente y sistemática buscando la comodidad y agudización de todos los sentidos de nuestros huéspedes.

En el tema administrativo y financiero, el hotel busca también ser un referente. Teniendo una inversión en activos fijos y variables, el Hotel se basa en un presupuesto de \$ 2'475,800.00 De los cuales se obtendrá de un préstamo bancario de \$ 1'328,220.00, al 15% de interés. La amortización del préstamo se realizará a lo largo de quince años. En cuanto a las ventas generadas por el Hotel Spa, el primer año se espera contar con \$ 1'892,397.09. Tomando este año como referencia, esperando un crecimiento prudente, del 3% anual en ventas, el proyecto presenta un VPN de \$4'858,397.19 (15 años), y si tomamos como tasa de descuento referencial sobre el capital del 15%, el proyecto entrega un TIR del 72%. En el caso del el financiamiento del resto de capital, o sea \$ 147,580.00. Se buscaran accionistas interesados en el proyecto. Se pagará el capital de accionistas a una tasa de descuento anual del 10%.

Tomando estos puntos como identidad de T'inpuxyakuHotel Spa, la meta del mismo es convertirse en un activo referencial para la oferta nacional turística del país en su intento por consolidarse como uno de los atractivos más diversos y capacitados del mundo. Buscamos establecer y definir las necesidades en cuanto a servicios e infraestructura en el mercado turístico del Ecuador, tomando el potencial natural, financiero y social convirtiéndolo en un

hotel que busca definir de manera ejemplar la propuesta del Ministerio de Turismo, y Ecuador como su marca de destino mundial.

2. Concepto

Hotel Spafull service. Tipo refugio de montaña ubicado en una hacienda agrícola en el Iliniza sur cercana a la población de Pastocalle, provincia de Cotopaxi. Donde el huésped experimentará la conexión con la naturaleza y la vida típica de las haciendas tradicionales de la serranía ecuatoriana. A la vez que podrá disfrutar de un momento perfecto en el spa o en las piscinas de aguas termales naturales provenientes del volcán extinto, acompañado de una gastronomía única. Las instalaciones contarán con diez habitaciones dobles en la estructura central y cinco cabañas de cuatro personas, con la opción de incluir una cama extra por cada habitación.

3. Estudio de Factibilidad

“Para empezar un proyecto, es necesario realizar un estudio de factibilidad. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso” (Estudio de Factibilidad y proyectos). Por ello, en el proyecto de T´inpuxyaku Hotel Spa en la hacienda Aliaga ubicada en las faldas del Iliniza sur, se realizará un estudio de factibilidad donde se analizará la demanda, oferta, competencia hotelera en

el sector, entre otras variables, las cuales indicarán que tan factible es iniciar un nuevo proyecto hotelero en dicho lugar.

3.1 Entorno Macroeconómico.

El paso principal para entender el mercado al cual busca llegar y satisfacer nuestro Hotel Spa es comprender el entorno nacional, regional y zonal que rodea este concepto. Para entender la actualidad económica del Ecuador nos basaremos en tres de los más importantes indicadores de la macroeconomía. El primer indicador, el Producto Interno Bruto (PIB), nos permitirá comprender cuánta riqueza hay en el medio, y qué tan dispuesta está la gente en gastar sus recursos. Al tomar al PIB como indicador encontramos que para el 2013 el Ecuador espera afrontar una baja en el producto interno bruto con respecto al 2012.

Según publicaciones del Banco central del Ecuador para el 2012, el PIB crecerá a un ritmo considerablemente menor, habiendo mantenido un crecimiento del 4.2% durante el último trimestre en el 2012, a un crecimiento estimado del 2.05% para el primer trimestre del 2013. Se cerró el 2012 con un producto interno bruto de 28,226 millones de dólares, manteniendo un crecimiento con respecto al 2011. Debido a la reducción de importaciones y giro macroeconómico propuesto por el gobierno, el Ecuador más que nunca depende del petróleo para cumplir con su presupuesto para el

2013, con un estimado de 60% en participación del PIB para el 2013. (“Economía de Ecuador desacelerará para el 2013”).

Situación la cual acentúa la pobre política de estabilidad jurídica y representa el carente crecimiento de la empresa privada. Aun así, es un momento interesante para invertir y empezar a ofrecer más servicios a la población de la ciudad de Quito, turistas extranjeros y turistas nacionales. Pues gracias a la política de reactivar las empresas nacionales y dejar de depender de las importaciones, el gobierno está otorgando una gran variedad de oportunidades y préstamos para nuevos emprendimientos.

El país se encuentra en una etapa de contracción de la economía sujeta a la variación del ejercicio económico de las grandes industrias nacionales, al igual que la incertidumbre que se ha generado en la población ante el cambio drástico que ha vivido la economía. Sin embargo, la población cada vez requiere de mayores servicios, gracias a que la tasa de desempleo en relación al 2008 ha decrecido de forma sostenida.

3.2 Análisis de Sitio.

3.2.1 Localización.

Tínpuxyaku Hotel Spa estará ubicado en la provincia de Cotopaxi, sobre la población de Pastocalle en la hacienda Aliaga. En las faldas del Iliniza Sur.

3.2.2 Adaptabilidad y Conveniencia física del terreno.

Es un terreno irregular, donde la mayoría de espacio es en pendiente. Se tendrá que construir la estructura para suelo con nivel freático alto y en suelos estables pero inclinados. La composición de la tierra es de tierra negra y cascajo.

3.2.3 Acceso y Visibilidad.

Se encuentrará a Lasso, en el kilómetro 80 de la Panamericana Sur. Se ingresa por el poblado de Pastocalle, y se toma un camino vecinal por unos 14 km. Tomando en cuenta que es alejado de la vía principal, la señalización del camino de entrada es primordial. Se dotará de una buena señalización para direccionar a los huéspedes. Es un lugar no muy visible, lo cual nos permite consolidar el concepto de exclusividad y retiro de la ciudad.

3.2.4 Servicios Básicos.

El terreno cuenta con una buena cantidad de agua de vertiente, la cual se captará por medio de reservorios y bombas de re direccionamiento del agua. En el tema de la electricidad, el Hotel Spa estará dotado de un sistema de electricidad fotovoltaica capacitado para mantener las habitaciones con electricidad. Para el resto de las instalaciones se utilizará electricidad pública, y en caso de emergencia el hotel contará con un generador de luz a diésel.

3.2.5 Situación Legal y Regulaciones Municipales.

El sector Sigchos se encuentra bajo la administración zonal del Municipio de Lasso, por lo que se averiguó acerca de la situación legal del terreno de la hacienda Aliaga para la construcción de T'inpuxyaku Hotel Spa en dicha institución. Se pudo conocer que actualmente el terreno no cuenta con ninguna prohibición para construcción dentro del mismo. El terreno donde se realizará el proyecto se encuentra en propiedad del Sr. Ramiro Espinosa. La propiedad tiene una extensión de 160 hectáreas dedicadas netamente a la ganadería y agricultura. El lugar tiene un paisaje típico de la serranía ecuatoriana, es un área montañosa con pastizales y vegetación donde predomina chaparro. Es un terreno en pendiente ubicado entre dos quebradas por donde descienden los deshielos del glaciar del Iliniza Sur.

La Federación Hotelera del Ecuador (AHOTEC) establece que se necesitan ciertos permisos, obligaciones tributarias, obligaciones patronales y otro tipo de contribuciones y obligaciones para el correcto funcionamiento de un establecimiento de alojamiento. Los cuales se encuentran expuestos en el Anexo 1 (*“Permisos, Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que deben cumplir los Establecimientos de Alojamiento”*).

3.3 Análisis de Vecindario

En esta zona el clima es muy cambiante. Existen períodos de frío durante todo el día así como de sol y precipitaciones constantes. Clima típico de los Andes ecuatorianos. En la tarde es una zona fría que suele ser ventosa. Los principales generadores de demanda son los atractivos naturales, tales como los Ilinizas, el Volcán Cotopaxi, el Parque Nacional Ilinizas, el Parque Nacional Cotopaxi, el Quilotoa, Laguna de Quilotoa, agroturismo, turismo ornitológico, turismo termal, turismo experiencial, y experiencia de viaje.

Existe un hospital en Latacunga, hay uno de mayor tamaño en construcción, y Lasso cuenta con un Centro de Salud a quince minutos de T'inpuxyaku Hotel Spa. Igualmente, el Hotel Spa contará con una enfermería y personal capacitado en primeros auxilios. Además, Quito se encuentra a hora y media. Las vías de acceso a Lasso están en perfecto estado y la vía hacia el Hotel Spa es un camino de tercer orden.

La competencia principal son las hosterías tipo hacienda de Cotopaxi y Pichincha como la Hostería La Ciénega, en Lasso, Rumipamba de las Rosas en Salcedo, Tierra del Volcán en el Cotopaxi, El Porvenir en el Cotopaxi, las Termas de Papallacta, San Agustín de Callo, Hualilagua de Jijón y Yanahurco.

La tierra se la utiliza principalmente para la agricultura y ganadería. Es decir, es 100% agrícola.

3.4 Análisis del Mercado.

El perímetro de la hacienda se recorre en 20 minutos. La edad de la fuerza laboral potencial variará de 25 años a 60 años y tendrá que ser gente con experiencia de por lo menos dos años en servicio al cliente.

3.4.1 Información económica y demográfica.

En la provincia de Cotopaxi, donde se desarrollará el Hotel Spa, la edad media de la población es de 28 años. Es decir, es una población bastante joven que se encuentra en condiciones para trabajar. También, según el INEC, muestra que el porcentaje de personas que tiene vivienda propia en Cotopaxi es del 57,1% y que el analfabetismo alcanza el 13,6% (*“Estadísticas Demográficas: Cotopaxi”*). Esto nos muestra que la población de esta provincia, en su mayoría, tiene un buen nivel de educación. Por otro lado, el nivel socio-económico de este sector es bajo y más aún en el cantón Sigchos donde estará ubicado el Hotel Spa. Se cree que con la apertura de T'inpuxyaku Hotel Spa el nivel socio-económico mejorará.

3.5 Análisis de la Oferta.

Un análisis de oferta siempre debe empezar con una investigación de campo y monitoreo de la competencia directa e indirecta. En el caso de nuestro concepto, existe una competencia directa que busca atacar al

mismo mercado, en una cantidad considerable tomando en cuenta el tamaño del mercado.

Según el Ministerio de Turismo en el 2011 se registraron 1'140,978 visitantes extranjeros al Ecuador. Las ciudades más visitadas en este período fueron Quito (66% del total de los visitantes), Guayaquil (47%), Cuenca (19%), Galápagos (15%) y Baños (11%). Con respecto a los visitantes nacionales las ciudades más visitadas en el año 2011 fueron Guayaquil (8,1%), Quito (6,1%), General Villamil Playas (3,6%), Salinas (3,4%) y Atacamas (3,4) (*“La experiencia turística en el Ecuador”* 12, 13, 14).

Se trata de una oferta bastante estandarizada en cuanto a los servicios que se ofrece, pues el concepto general que reina en la zona es de la vieja hacienda en los andes, por lo cual al visitar las diferentes hosterías y haciendas que comparten este mercado encontramos tres falencias que nos permiten realizar el siguiente análisis basándonos en servicio, instalaciones y actividades a realizarse.

El análisis de la oferta se realizó con una investigación de mercado en la que se encontró el tipo de habitaciones, localización, número de habitaciones, tarifa promedio por habitación, generadores de demanda, mercado meta, entre otras variables de la competencia primaria y secundaria del hotel. En los siguientes gráficos se puede observar los resultados:

Competencia Primaria									
	El Provenir	Santana Del Pedregal	San Augustin	La Genega	Rumipamba	Temas Papallacta	La Alegria	Yanahurco	Hotel Spa Samari
Ubicación	Machachi	Machachi / Pedregal	Lasso	Lasso	Salcedo	Papallacta	machachi	Parque Nacional Cotopaxi	Baños
Tipo de servicio	Hosteria Limited	Hosteria Full	Hosteria Full	Hosteria Limited	Hosteria Limited	Hosteria Limited	Hosteria Limited	Hacienda Hosteria	Hosteria Full
Gastronomía	Tradicional	Tradicional	Tradicional/ internacional	Tradicional/ internacional	Tradicional/ internacional	Tradicional/ internacional	Tradicional	Tradicional	Internacional/ gourmet
Calidad Comida	4	4	5	4	3	3	4	3	5
Tamaño	24 hab.	6	8 hab.	12	34 hab.	45 cabañas	12 hab.	12 hab.	37 hab.
Guest Room Mix									6
Simple		2		5	4			12	10
Dobles	7	2	2	4	3		6		10
Suits	7		6	2	19	32	6		10
Otras	Machais (refugio)	2		1	8	13			
Instalaciones calidad	5	5	5	4	3	4	5	4	5
Actividades calidad / cantidad	4	5	4	3	3	4	5	4	5
Tarifas	\$ 74,50	\$ 150,00	\$ 376,86	\$ 199,00	\$ 90,80	\$ 175,50	\$ 360,00	\$ 375,00	\$ 256,81
Tipo de Administracion	Management	Dueño	Dueño	dueño	management	management	Dueño	dueño	Dueño/ familiar
Visibilidad / Acceso	4	3	4	5	5	5	4	3	5
Mercado Meta	medio alto-alto	medio alto-alto	medio alto-alto	medio alto-alto	medio alto-alto	medio alto-alto	medio-medio alto	medio-medio alto	medio alto-alto
Calidad Reviews	5	5	5	4	3	5	5	5	5
% de Reservas	85%	75%	90%	80%	50%	60%	85%	100%	90%
Generadores de Demanda	UIO, Parque Nacional cotopaxi	UIO, Parque Nacional Cotopaxi	Parque Nacional Cotopaxi, alrededores naturales	Parque cotopaxi	Salcedo, Amabato, Riobamba	Termas, UIO	UIO, alrededores naturales	Parque Nacional Cotopaxi, páramo	Baños
Amenities	cabalgatas, caminatas	Treking, Climbing, Biking, Cabalgatas, Canopi	Cabalgatas, biblioteca, tinas	bar, restaurant	Piscina, jacuzzi	termas, spa	jacuzzi, cabalgatas, rodeo		Spa, piscina, masajes.
Estacionalidad									
Semana	Variable	Fin de semana	Fin de semana	Fin de semana	Fin de semana	Fin de semana	Fin de semana	Fin de semana	Fin de semana
Mensual	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable

*El gráfico anterior (competencia primaria), muestra los principales factores de éxito y características que tienen cada uno de los hoteles de la competencia primaria de T'inpuxyaku Hotel Spa.

Competencia Secundaria					
	Hato Verde	La Posada del Rey	Cuello de Luna	El Tambo	Tambopaxi
Ubicación	Lasso	Lasso	Pastocalle	Parque Nacional Cotopaxi	Limpiopungo
Tipo de servicio	Bed & Breakfast	Limited	Limited	Limited	Limited
Gastronomía	Tradicional/cacera	Tradicional/internacional	Tradicional	Tradicional hda.	Tradicional
Calidad Comida	4	3	4	4	4
Tamaño	8 hab.	10	12	10 hab.	32 camas
Guest Room Mx					
Simple					
Dobles					
Suits				1	
Otras				9	32
Instalaciones calidad	4	3	4	4	4
Actividades calidad/cantidad	4	3	3	4	4
Tarifas	150			90	
Tipo de Administración	Familiar/Dueño	Dueño	Dueño	Dueño	Dueño
Visibilidad/Acceso	4	4	3	3	3
Mercado Meta	Medio-medio alto	Medio-medio bajo	Medio	Medio-Medio alto	Medio-medio alto
Calidad Reviews	4	3	4	5	5
% de Reservas	90%	75%	75%	90%	80%
Generadores de Demanda	Quilotoa, cabalgatas, Parque Nacional, Pujili.	Parque Nacional, Quilotoa.	Parque Nacional, UIO	Parque Nacional Cotopaxi	Parque Nacional Cotopaxi
Amenities	Cabalgatas, chimeneas. Almuerzos		Desayuno, tours	All inclusive	Caminatas, chimenea
Estacionalidad					
Semana	Variable	Fin de	variable	Fin de	Fin de
Mensual	Variable	Fin de Semana	variable	Variable	Variable
Anual	Variable	Fin de Semana	variable	Variable	Variable

*De igual manera, el gráfico anterior(competencia secundaria) muestra los principales factores de éxito y características de la competencia secundaria de T'inpuxyaku Hotel Spa.

3.6 Análisis de la Demanda

En el folleto “La experiencia turística en el Ecuador” que el Ministerio de Turismo ofrece, se observa que el gasto turístico promedio del turista nacional es de 94 USD con una estadía de 3 noches, mientras el turista extranjero tiene un gasto promedio de 1,000 USD con una estadía promedio de 14 noches(La experiencia turística en el Ecuador). Con estos datos podemos concluir que el mayor número de turistas que asistirán a Tínpuxyaku Hotel Spa serán extranjeros.

La demanda existente en el nicho de mercado que se encuentra Tínpuxyaku se la encontró realizando un estudio de mercado en la que se pudo obtener el porcentaje de ocupación y la capacidad de huéspedes que cada hotel de la competencia primaria tiene. En los siguientes gráficos se muestran los resultados junto con la participación que tiene cada empresa en el mercado.

	El Provenir	Santana Del Pedregal	San Augustin	La Cienega	Rumipamba	Termas Papallacta	La Alegria	Yanahurco	Hotel Spa Samari
% ocupación	70%	75%	75%	65%	60%	80%	75%	60%	75%
Total de Pax Disponibles	50	24	30	55	160	150	60	24	100
Pax Diarios	35	18	22,5	35,75	96	120	45	14,4	75
Pax semanales	245	126	157,5	250,25	672	840	315	100,8	525
Pax mensuales	1050	540	675	1072,5	2880	3600	1350	432	2250
Total Pax. Mercado	13849,5	Disponibles cada mes		100%					
Participación	5%	3%	4%	5%	12%	21%	7%	2%	12%
Ventas Mensuales	461,65	72%							
Hab. Disp.	13849,5	100%							

3.7 Estudio de Penetración de Mercado, Market Share y Porcentaje de Ocupación.

Al restar el número de habitaciones totales en el mercado – las ventas mensuales de habitaciones de todos los hoteles, encontramos el excedente del mercado:

Excedente de Mercado	13387,85	28%
-----------------------------	-----------------	------------

Después de haber encontrado el excedente del mercado, se puede determinar cuál es la participación que tendremos en el mercado en tres distintos escenarios:

Escenario Malo			
	Hotel Spa		
% ocupación	30%		
Total de Pax	55		
Pax diarios	16,5		
Pax semanal	115,5		
Pax mensual	495		
Total Pax. M	14839,5	Disponibles cada mes	100%
Participación	1,0%		

Escenario Regular			
	Hotel Spa		
% ocupación	65%		
Total de Pax	55		
Pax diarios	35,75		
Pax semanales	250,25		
Pax mensuales	1072,5		
Total Pax. Mercado	14922	Disponibles cada mes	100%
Participación/Mark	5%		

Escenario Bueno				
	Hotel Spa			
% ocupación	70%			
Total de Pax	55			
Pax diarios	38,5			
Pax semanal	269,5			
Pax mensual	1155			
Total Pax. M	15004,5	Disponibles cada mes		100%
Participación	5,4%			

3.7.1 Análisis de Gráficos de Demanda y Market Share.

Los hoteles del mercado meta ocupan un 72% de la participación total que tiene el mercado. Es decir queda como excedente del mercado un 28% de demanda que puede ser acomodada. Parte de esta demanda puede ser adquirida por T'inpuxyaku Hotel Spa. La participación en el mercado de cada uno de los hoteles se la sacó dividiendo el número de pax mensuales de cada hotel para el número total de pax mensuales en el mercado. Así obtuvimos:

- El Porvenir: 5% de participación con un 70% de ocupación.
- Santa Ana del Pedregal: 3% de participación con un 75% de ocupación.
- San Agustín de Callo: 4% de participación con un 75% de ocupación.
- La Ciénega: 5% de participación con un 65% de ocupación.
- Rumipamba de las rosas: 12% de participación con un 60% de ocupación.

- Termas de Papallacta: 21% de participación con un 80% de ocupación.
- Hacienda La Alegría: 7% de participación con un 75% de ocupación.
- Yanahurco: 2% de participación con un 60% de ocupación.
- Hotel Spa Samari: 12% de participación con un 75% de ocupación.

De esta manera encontramos que del 100% que podría existir en participación del mercado, sólo el 72% ha sido atendido. Muchos de los posibles huéspedes de los hoteles de la competencia evitan ir a hoteles fuera de la ciudad debido a la alimentación y los servicios que estos ofrecen. Es así, que T'inpuxyaku Hotel Spa puede aprovechar esto al incluir servicios que la competencia no tiene. Así, la participación en el mercado que se podría tener encontramos:

- Escenario negativo: 1,0% de participación con un 30% de ocupación.
- Escenario neutro: 5,0% de participación con un 65% de ocupación.
- Escenario positivo: 5,4% de participación con un 70% de ocupación.

3.8 Pronóstico de Ingresos y Gastos.

Los ingresos y gastos del hotel deben ser pronosticados realizando un flujo de caja. Para ello, se tuvo que sacar primeramente la inversión que se tendría que hacer para comenzar con las operaciones. Para ello, se dividió la inversión en costos Hard y costos Soft.

- Costo Hard:

HOTEL					
LOCAL	AREA	TOTAL	PRECIO REFERENCIA	COSTO	TOTAL
	m2	m2	c/m2	US \$	US \$
HOTEL		1079			\$ 577.400,00
BODEGAS - VARIOS- TALLERES	14		350	\$ 4.900,00	
LAVADO – PLANCHA	10		350	\$ 3.500,00	
DORMITORIO EMPLEADOS 2 dorm + sala	66		500	\$ 33.000,00	
ANEXOS COCINA baño empl.ofic,gs; caldero; basura	36		600	\$ 21.600,00	
COCINA - PASTELERIA -	80		700	\$ 56.000,00	

frigo; repostero					
CAFETERIA - BAR 30 Pers.	70		550	\$ 38.500,00	
RESTAURANTE 70 Pers.	109		500	\$ 54.500,00	
LOBBY, RECEPCION, OFICINAS,BANOS , SALAS	224		450	\$ 100.800,00	
10 HABITACIONES , 24-30 Huéspedes	383		600	\$ 229.800,00	
PLANTA ALTA - SALAS TV , CHIMINEA, LECTURA	87		400	\$ 34.800,00	
SPA		543			\$ 270.400,00
RECEPCION – ESPERA	35		350	\$ 12.250,00	
VESTIDORES, BANOS	105		650	\$ 68.250,00	
PISCINAS - PISCINA TEMPERADA, PISCINA POLAR, 2 HIDROMASAJES,	210		450	\$ 94.500,00	

PISCINA NINOS, SALAS						
MAQUINAS, TURCO Y SAUNA	36		700	\$ 25.200,00		
CAFETERIA RESTAURANTE 40 Pers.	74		500	\$ 37.000,00		
MANICURE - PEDICURE, 4 SALAS MASAJE	83		400	\$ 33.200,00		
CABANAS						\$ 181.200,00
5 CABANAS Capacidad 21 Huéspedes	302	302	600	\$ 181.200,00		
TOTAL	1924	1924		\$1.029.000,00	\$1.029.000,00	Obra civil

Espacio por persona	42,76
------------------------	--------------

Extras	Precio
Servicios básicos	\$ 20.000,00
Captación y reserva de vertiente	\$ 4.000,00
Bombas y piscina externa	\$ 15.000,00
Tratamiento de aguas servidas	\$ 20.000,00
Manejo de desechos	\$ 5.000,00
Energía eléctrica (acometida eléctrica y transformador)	\$ 15.000,00
Energía alterna (paneles solares)	\$ 15.000,00
Diseño de jardinería y paisajismo	\$ 4.000,00
Riego automático de jardines	\$ 5.000,00
Vans	\$ 50.000,00
Carros	\$ 30.000,00
Total	\$ 183.000,00

Sumamos el costo de la obra civil + el costo de los extras y obtenemos:

TOTAL COSTO HARD
\$1.212.000,00

- Costos Soft:

PERMISOS

- Permiso de planos y aprobación \$8.000,00
- Garantía (reembolsable) \$15.000,00
- Permiso de la Producción Nacional de Turismo \$2.000,00
- Estudio de Impacto Ambiental \$4.000,00
- Permiso para el uso del agua termal \$4.000,00

ARQUITECTO

- Proyecto arquitectónico \$36.360,00
- Levantamiento topográfico \$4.000,00
- DISEÑO INTERIOR
- Proyecto Diseño interior \$10.000,00

ABOGADO

- Constitución de compañía y legal \$8.000,00
- CONSTRUCTOR
- Replanteo topográfico \$4.000,00
- Honorario de constructor \$ 145.440,00

INGENIEROS

- Proyecto eléctrico \$5.000,00

- Proyecto hidrosanitario y bomberos \$5.000,00
- Proyecto ACC \$2.000,00
- Proyecto estructural \$7.000,00
- Estudio de suelos \$4.000,00

	Costo Soft	Total
Permisos		\$ 33.000,00
Arquitectos/diseño		\$ 40.360,00
Diseño Interior		\$ 10.000,00
Abogados		\$ 8.000,00
Constructor		\$ 149.440,00
Ingenieros		\$ 23.000,00

TotalSoft cost	\$ 263.800,00
-----------------------	----------------------

- Costo total de inversión

Costo Hard + Costo Soft + Precio propiedad:

Total Costo Hard	\$ 1.212.000,00
-------------------------	------------------------

+

TotalSoft cost	\$ 263.800,00
-----------------------	----------------------

+

Precio de la Propiedad	\$ 1.000.000,00
-------------------------------	------------------------

Costo Total de la inversión:

Costo Total	\$ 2.475.800,00
--------------------	------------------------

De esto, los accionistas aportarán con un capital de \$147.580,00 por lo que se tendrá que sacar un préstamo bancario de \$1.328.220,00 para cubrir los costos de inversión. El préstamo bancario será pagado en 15 años a una tasa de interés del 15%. La tabla de amortización, detalladamente, se encuentra en el Anexo 3.A continuación se debe calcular costos de operación, es decir costos de recursos humanos y costos de insumos para la operación del hotel. También se calcularon costos fijos que el hotel deberá asumir.

	Rol De Pagos							
	Catidad	Educación	Horas	Costo-Hora	Horas al mes	Salario c/u	Seguro Social	Total
Hotel								
House Keeping	4	basica	8	\$ 1,99	160	\$ 318,40	\$ 38,69	\$ 1.273,60
Recepcionista	2	Tecnica/Sup	8	\$ 3,00	160	\$ 480,00	\$ 58,32	\$ 960,00
Adminstrador	1	Tecnica/Sup	8	\$ 10,00	160	\$ 1.600,00	\$ 194,40	\$ 1.600,00
Apoyo Noc.	1	Basica	8	\$ 2,00	160	\$ 320,00	\$ 38,88	\$ 320,00
Operación Rev.							\$ -	\$ -
Guía de Planta	1	tecnica/sup	8	\$ 3,50	160	\$ 560,00	\$ 68,04	\$ 560,00
Chofer	1	Basica	5	\$ 3,00	100	\$ 300,00	\$ 36,45	\$ 300,00
Masajistas	2	Tecnica	5	\$ 3,50	100	\$ 350,00	\$ 42,53	\$ 700,00
Terapista	2	Tecnica	5	\$ 3,50	100	\$ 350,00	\$ 42,53	\$ 350,00
Cocina						\$ -	\$ -	\$ -
Cocinero	2	Basica	8	\$ 2,00	160	\$ 320,00	\$ 38,88	\$ 640,00
Bodeguero	1	Basica	5	\$ 1,90	100	\$ 190,00	\$ 23,09	\$ 190,00
Chef/A&B	1	Superior	8	\$ 5,00	160	\$ 800,00	\$ 97,20	\$ 800,00
Restaurante/Bar						\$ -	\$ -	\$ -
Mesero	2	Basica	8	\$ 1,80	160	\$ 288,00	\$ 34,99	\$ 288,00
Bartender	1	Basica	5	\$ 1,80	100	\$ 180,00	\$ 21,87	\$ 180,00
Posillero	1	Primaria	8	\$ 1,50	160	\$ 240,00	\$ 29,16	\$ 240,00
Obligaciones Patronales anuales						\$ -	\$ 765,01	100819,20
Total Mensual	22						\$ 63,75	\$ 8.401,60

Al rol de pagos se le suma otras obligaciones patronales anuales:

- 14 Sueldo: \$6.996,00
- 13 Sueldo: \$184.835,20
- Vacaciones:\$262,35

Total Anual en Roles de Pagos:

Total anual
\$ 293.677,76

Costos Alimentos	Unidades	Precio Unitario	C.Inventario
Carne	279(1200g.)	\$ 15,00	\$ 4.185,00
Pollo	200(1400g.)	\$ 4,00	\$ 800,00
Pescados	290(908g.)	\$ 10,00	\$ 2.900,00
Carbohidratos	100(46000g.)	\$ 30,00	\$ 3.000,00
Granos	60(46000g.)	\$ 30,00	\$ 1.800,00
Verduras	89(8000g.)	\$ 15,00	\$ 1.335,00
Frutas	30(10000g.)	\$ 20,00	\$ 600,00
Enlatados	1920(410g.)	\$ 3,50	\$ 5.250,00
Bebidas no alcoholicas	1672(1lt.)	\$ 0,50	\$ 2.148,00
Bebidas Alcoholicas	50 (botellas 24onz.)	\$ 50,00	\$ 2.500,00
Condimentos/Espicias	1050 gr.	\$ 50,00	\$ 50,00
Lacteos	71360 onz.(128 onz.)	\$ 3,75	\$ 404,00
Aceites/Salsas	20 lts. (5 lts.)	\$ 2,60	\$ 52,00
Insumos Varios	300	\$ 15,00	\$ 4.500,00
Total			\$ 29.524,00
Total Anual			\$ 141.715,20

Costos Operativos	
Electricidad	\$ 3.000,00
Agua	\$ 900,00
Mantenimiento	\$ 1.000,00
Gas	\$ 500,00
Transporte	\$ 300,00
Gasolina	\$ 200,00
Limpieza	\$ 700,00
Telefono	\$ 900,00
Internet	\$ 80,00
Comida staff	\$ 792,00
Extras por llend	\$ 300,00
Total Mensual	\$ 8.672,00
Total anual	\$ 104.064,00

Al sumar el total de todos estos costos obtenemos:

Costo total mensual	\$ 44.954,75
Costo total anual	\$ 539.456,96

A continuación, se deberá sacar una proyección de ventas que el hotel tendrá en habitaciones, spa y paquetes turísticos:

- Al 100% de ocupación, el hotel tiene la capacidad de facturar \$6.300.000,00

	Tarifa	Con Impuestos	Ventas Posibles			
			# PAX	Diarias	Mensuales	Anuales
Suites	\$ 375,00	\$ 82,50	20	\$ 7.500,00	\$ 225.000,00	\$ 2.700.000,00
Cabañas	\$ 350,00	\$ 77,00	20	\$ 7.000,00	\$ 210.000,00	\$ 2.520.000,00
Camas Adicionales	\$ 200,00	\$ 44,00	15	\$ 3.000,00	\$ 90.000,00	\$ 1.080.000,00
					Total	\$ 6.300.000,00

- Pero en un escenario realista, con un 30% de ocupación, el hotel tendrá la posibilidad de facturar \$1.831.500,00

			ESCENARIO MALO			
	Tarifa	# PAX	Diarias	Mensuales	Anuales	
Suites	\$ 375,00	5,5	\$ 2.062,50	\$ 61.875,00	\$ 742.500,00	
Cabañas	\$ 350,00	5,5	\$ 1.925,00	\$ 57.750,00	\$ 693.000,00	
Camas Adicionales	\$ 200,00	5,5	\$ 1.100,00	\$ 33.000,00	\$ 396.000,00	
	PAX 30% Occ.	16,5	Total	\$ 152.625,00	\$ 1.831.500,00	

En cuanto al Spa se ofrecerá los siguientes paquetes:

Paquetes Spa	Precio	12% I.V.A	P.v.P(10% ganacia)	Ingreso
EXFOLIACIÓN E HIDRATACIÓN	\$ 38,00	\$ 42,56	\$ 46,82	\$ 18,73
LIMPIEZA FACIAL	\$ 33,00	\$ 36,96	\$ 40,66	\$ 16,26
MASAJE AROMÁTICO	\$ 27,00	\$ 30,24	\$ 33,26	\$ 13,31
MASAJE RELAJANTE	\$ 27,00	\$ 30,24	\$ 33,26	\$ 13,31
MASAJE FACIAL	\$ 25,00	\$ 28,00	\$ 30,80	\$ 12,32
LIMPIEZA FACIAL	\$ 33,00	\$ 36,96	\$ 40,66	\$ 16,26
MANICURE SPA	\$ 12,00	\$ 13,44	\$ 14,78	\$ 5,91
PEDICURE SPA	\$ 15,00	\$ 16,80	\$ 18,48	\$ 7,39
MASCARILLA DE ARCILLA	\$ 35,00	\$ 39,20	\$ 43,12	\$ 17,25
MASAJE FACIAL	\$ 18,00	\$ 20,16	\$ 22,18	\$ 8,87

Quitando los costos operacionales y con atendiendo 9 personas diarias en promedio, se obtiene una ganancia anual de:

Anual	\$ 34.993,73
-------	--------------

En paquetes turísticos se ofrecerá lo siguiente:

Paquetes Turísticos	Precio	12% I.V.A	P.v.P(5% ganacia)
Ascención Cotopaxi	\$ 245,00	\$ 274,40	\$ 288,12
Ascención Ilinizas	\$ 205,00	\$ 229,60	\$ 241,08
Trekking de Ilizas-Sigchos	\$ 225,00	\$ 252,00	\$ 264,60
Tour Cultural	\$ 120,00	\$ 134,40	\$ 141,12
Trekking	\$ 115,00	\$ 128,80	\$ 135,24
Media Montaña	\$ 125,00	\$ 140,00	\$ 147,00
Botánico	\$ 65,00	\$ 72,80	\$ 76,44
Bird Watching	\$ 65,00	\$ 72,80	\$ 76,44
Quito-Lasso en tren	\$ 15,00	\$ 16,80	\$ 17,64

Que traerá una ganancia anual atendiendo a dos turistas diarios de:

Anual	\$ 25.903,36
--------------	---------------------

Con esta información sacamos un flujo de caja operativo proyectado para el primer año de funcionamiento:

Año	0	1
Ingresos	\$ -	\$ 1.892.397,09
(Costos variables)	\$ -	-\$ 145.182,37
(Costos Fijos)	0	-\$ 327.781,00
(Depreciacion)	\$ -	-\$ 140.000,00
UAI	0	\$ 1.279.433,72
(+/-) Interes(34%)	\$ -	-\$ 435.007,46
(+) Depreciacion	0	\$ 140.000,00
Flujo Efectivo Operativo	\$ -	\$ 984.426,26
(+/-) Inversion	-\$ 1.475.800,00	0
(+/-) Capital de Trabajo		
Flujo de Efectivo Total	-\$ 1.475.800,00	\$ 984.426,26

En el Anexo 2 se encuentra detallado el flujo de caja detallado para los próximos 15 años.

3.9 Análisis de la Rentabilidad del Proyecto.

T'inpuxyaku Hotel Spa, muestra que es un proyecto rentable a desarrollarse en la provincia de Cotopaxi, sobre las faldas del volcán extinto Iliniza Sur. A continuación se muestra el V.P.N, T.I.R y periodo de pago del proyecto:

- V. P. N

VPN	\$4,858,397.19
------------	-----------------------

- T. I. R



En el (Anexo 2) se puede encontrar el flujo de efectivo y el estado de pérdidas y ganancias.

4. Diseño y Arquitectura

- 1) Suites: Habitaciones dobles con capacidad para una persona más. Cuentan con una mini sala de estar, espacio para cama y sofá cama, un baño completo con closet. Veladores al costado de cada lado de la cama, una chimenea y un espacio para leer, descansar o admirar los alrededores (deck).
- 2) Cabañas: Cada cabaña está dotada con dos cuartos, uno cuenta con una cama Queen, un hidromasaje, baño privado, sala de estar, escritorio, televisión y una chimenea. El otro cuarto contiguo dividido por una puerta corrediza cuenta con dos o tres camas D/D, televisión y baño privado. Ambas habitaciones cuentan con un deck con sillas y mesa dividido por una puerta corrediza
- 3) Spa: Cuenta con una recepción con sala de espera; un baño de mujeres con dos lavamanos, dos baterías sanitarias, un vestidor con 26 lockers y conexión con recepción y área de piscinas; un baño de caballeros con dos lavamanos, dos baterías sanitarias, dos urinarios, un vestidor con 26 lockers y conexión con recepción y área de piscinas. Posee cuatro cubículos para masaje y aromaterapia, área de manicure y pedicure, sauna y turco con sus respectivas duchas; áreas de piscinas donde hay una piscina de agua termal polar, dos hidromasajes, nueve perezosas y una mesa con cuatro sillas están bajo cubierta. Una piscina de agua termal caliente que cuenta con una cascada y está conectada a una

piscina de niños, doce perezosas y tres mesas con cuatro sillas se encuentran sin cubierta.

El Spa también cuenta con una cafetería.

- 4) Restaurante: Posee un Bar, cuenta con trece mesas de cuatro puestos, Sala de espera o lectura, corredor de entrada. Baño con una batería sanitaria y lavabo.
- 5) Casa Central/B.O.H: Front Desk, Hall Principal, Sala de entrada/reuniones, Sala de lectura, Back of the House, bodega suministros limpieza y lencería para cuartos,porche de entrada con asientos y vista.
- 6) Bodegas/ Descarga: Bodega de productos no perecibles (enlatados, granos, etc. 15 m2). Bodega de productos perecibles, con cuarto frío y estanterías. Área de descarga, lavado y empaquetamiento y bodega de recepción y pedidos.
- 7) Cocina: Cocina dotada de una mesa caliente, armado de platos y servicio. A cada costado una mesa de mise enplace, lavabos, refrigerador, horno y espacio determinaciones.
- 8) Áreas Sociales: Comprenden baños en Casa central, corredores casa central, conexiones con salón y habitaciones suites.
- 9) Habitaciones Staff/Lockers: Posee dos habitaciones para gente de servicio, lockers para todos los trabajadores, baño completo para servicio. Una de las habitaciones está adecuada para administración.
- 10) Lavandería: Lavadora, secadora industrial, espacio de doblaje y recepción de lencería.

En el Anexo D se aprecia la hacienda Aliaga y la vista desde el terreno donde se construirá T'inpuxyaku Hotel Spa. En el Anexo E se encuentran el proyecto arquitectónico realizado por el Arq. Diego Stacey y la renderización del proyecto a cargo del Arq. Raúl Vargas.

4.1 Programa de Espacio.

Cuadro Programático Hotel spa:

Área		M ²
Suites		38
Cabañas		50
Spa		135
Piscina 1		10
Piscina 2		12
Restaurante		85
Casa Central / B.O.H		80
Bodegas / Descarga		50
Cocina		50
Espacio de circulación / Áreas sociales		300
Habitaciones staff / Lockers		60
Lavandería		20
Total		890

4.2 Guestroom Floor.

DescripciónEspacial:

HOTEL		
LOCAL	AREA	TOTAL
	m2	m2
HOTEL		1079
BODEGAS - VARIOS- TALLERES	14	
LAVADO - PLANCHA	10	
DORMITORIO EMPLEADOS 2 dorm + sala	66	
ANEXOS COCINA bano empl.ofic,gs; caldero; basura	36	
COCINA - PASTELERIA - frigo; repostero	80	
CAFETERIA - BAR 30 Pers.	70	
RESTAURANTE 70 Pers.	109	
LOBBY, RECEPCION, OFICINAS,BANOS, SALAS	224	
10 HABITACIONES , 24-30 Huespedes	383	
PLANTA ALTA - SALAS TV , CHIMINEA, LECTURA	87	
SPA		543
RECEPCION - ESPERA	35	
VESTIDORES, BANOS	105	
PISCINAS - PISCINA TEMPERADA, PISCINA POLAR, 2 HIDROMASAJES, PISCINA NIÑOS, SALAS	210	
MAQUINAS, TURCO Y SAUNA	36	
CAFETERIA RESTAURANTE 40 Pers.	74	
MANICURE - PEDICURE, 4 SALAS MASAJE	83	
CABANAS		
5 CABANAS Capacidad 21 Huespedes	302	302
TOTAL	1924	1924

Revenue Producing Areas:

	Revenue Producing Areas	
	M2	Porcentaje
Habitaciones	685	36%
Spa	403	21%
A&B	253	13%
	Total Rev. %	70%

Non-Revenue Producing Areas:

	Non-Rev. Producing Areas	
	M2	Porcentaje
Bodegas	14	1%
Cocina	80	4%
Esp. Circulación	364	19%
Hab. Staff	66	3%
Lavandería	10	1%
Anexos	36	2%
	Total Non-REV.	30%

4.2.1 Guestroom Mix.

Es un hotel que posee dos tipos de habitaciones. Está dotado con cinco habitaciones tipo cabañas de 55 m². Por otro lado ofrece diez suites de 42 m², en un edificio con una distribución de corredor doble. En el caso de cada una de las habitaciones, sin importar si es suite o cabaña, la vista es el atractivo del lugar. El hotel está desarrollado con el fin de que el huésped pueda apreciar la naturaleza que lo rodea, al igual que tenga una inspiración para reencontrarse con su espíritu y descansar de la vida acelerada de las ciudades grandes. Por lo mismo, las cabañas están rodeadas de un espacio verde, donde se encontrarán especies botánicas autóctonas de la zona, al igual que una fauna propia de los páramos andinos ecuatorianos.

En el caso de las suites, cada una cuenta con una dirección especial, que permite admirar los alrededores, tanto el Iliniza, como el valle de Lasso, hasta el majestuoso Volcán Cotopaxi. Cada una de las habitaciones poseen dentro de su configuración un hall de entrada, con un closet para ropa y zapatos, un baño completo y con características distintas en cada habitación que resaltan el concepto de relajación y refugio de montaña.

Luego nos encontramos con un lugar para descansar y admirar los alrededores, incitando al huésped a mantener un

momento de comunión entre la naturaleza y su ser. Las habitaciones también cuentan con un espacio de trabajo, o de lectura donde encuentra una silla y una mesa con lámpara y extensiones energéticas para cualquier gadget. Y por último, pero no lo menos importante, cuenta con el espacio de descanso y dormir. Dotado según la Suite o cabaña, las camas están equipadas con almohadas de pluma y/o anti-alérgicas, un forro cubre colchón, sábanas y un plumón sintético o natural (sujeto a temas de alergias y preferencias del huésped)

4.3 Public Space Design.

Fachada y Entrada: Tomando en cuenta que T'inpuxyaku Hotel Spa es un refugio de montaña ubicado en una de las zonas más representativas de los andes ecuatorianos, la fachada debe estar en comunión con el entorno. Por lo tanto, la fachada recoge materiales de la zona, que construyen la entrada a este Hotel Spa. Utiliza madera de la zona, pinos criados en la reserva nacional Cotopaxi. Se utiliza la madera para cortar con el frío y el viento que presenta la zona, abrigando así al huésped con el fin de generar un sentimiento de protección y a la vez de contacto con el entorno. La entrada cuenta con un porche, en el cuál encontramos un par de bancas y vista que permite apreciar la flora instaurada en esta zona andina.

Después de esto encontramos el lobby, lugar donde se busca acentuar el concepto de oasis en la montaña. Basado en una decoración acogedora y típica de la hacienda ecuatoriana andina, el lobby recoge la amabilidad y familiaridad que presenta el servicio de este hotel spa. La utilización de materiales de la zona busca de nuevo acentuar la conexión, de igual manera la implementación de jardines internos y colgantes internaliza en el edificio a la naturaleza como actor fundamental. Busca ser un lugar cálido que rompa con el sentimiento de inhóspito que genera la hacienda, y lo convierte en un lugar seguro, relajante y por sobre todo acogedor con respecto a la naturaleza que lo rodea.

En el caso del restaurante, el hotel cuenta con un servicio de comida bajo menú, en el cuál se encuentran dos tipos de proteína, dos tipos de ensaladas, dos tipos de carbohidratos y una succulenta sopa típica ecuatoriana. El restaurante, de igual manera, busca ser un lugar elegante y acogedor que resalte su relación con la vista del lugar y los atractivos naturales de la región. Cuenta con una capacidad de 55 personas, un bar, y una conexión con la cocina central del hotel.

Luego encontramos el spa, el atractivo principal del hotel. Este spa está dotado con varios tratamientos tanto medicinales como relajantes. También encontramos una piscina de aguas termales, una piscina polar, hidromasaje, sauna, y un relajante turco. Está dotado de 543m² en total. En el tema de parqueo, este hotel opera en su mayoría con transporte privado, por lo tanto cuenta con una capacidad de 25 carros, más los cuatro carros que operan el transporte y los amenities del hotel. En total cuenta con 420m² de parqueo no cubierto.

Calculo = 30m² * 14 puestos = 420 m²

La fórmula anterior multiplica los 30 m² de área que utiliza cada vehículo por 14 puestos, que nos da un total de 420 m² necesarios para estacionamiento.

5. Programa de Alimentos y Bebidas

Restaurante Tioniza (Iliniza Norte): Es un salón con una capacidad para 55 comensales. Está equipado con 12 mesas de cuatro personas, más

seis sillas que se las puede aumentar según la necesidad de los comensales. Es un restaurante elegante, donde se busca resaltar la elegancia del hotel con un servicio destacado, mantelería, cubertería y cristalería que permiten elaborar un ambiente acogedor, ameno y que invita al comensal a degustar delicias gastronómicas de la zona y del Ecuador, así como consumir cocteles y tragos en la comodidad de la mesa o la pequeña sala junto al bar principal del Tioniza. La comodidad y servicio del salón invita a los huéspedes a pasar tiempo allí, siendo para comer o disfrutar de un lugar acogedor, abrigado y con una vista espectacular.

En cuanto al menú, este restaurante se maneja con un buffet que ofrece dos opciones de cada una de las categorías que componen una dieta sana, natural y típica ecuatoriana para la noche. No se posee un menú a la carta extenso para almuerzo, compuesto por una serie de platos fuertes internacionales y nacionales. En este caso el huésped debe avisar que actividades realizará durante el día con el fin de perfilar la cantidad de comensales.

- Desayuno: Los desayunos se incluyen en el precio. Este está compuesto por: pan, y sus acompañantes (mermelada, mantequilla, etc.) alguna bebida caliente, jugo de frutas, y se ofrece como extra uno de los siguientes: pancakes o waffles, huevos, fruta del día (se ofrecerá con costo)

Plato	Desayuno (Incluido)	
	Precio	P.V.P+IVA
Americano	Incluido	Incluido
Continental	Incluido	Incluido
Pancakes	Incluido	Incluido
Huevos	Incluido	Incluido
Tabla quesos y jamon	\$ 2.50	\$ 3.05
Waffles	\$ 4.50	\$ 5.49
Ensalada de Frutas	\$ 3.00	\$ 3.66
Bolones	\$ 4.50	\$ 5.49
Tigrillo	\$ 4.50	\$ 5.49

- Almuerzos: El almuerzo está incluido, por lo tanto, los huéspedes deben avisar la noche anterior las actividades que realizarán y si pasarán la media tarde en las instalaciones. Por lo mismo que se ofrece un menú corto.

Plato	Menu Almuerzos	
	Precio	P.V.P +IVA
Pollo al limón	\$ 9.00	\$ 10.98
Lomo a las tres pimientos	\$ 16.00	\$ 19.52
Pastas; al pesto, pomodoro, carbonara.	\$ 10.00	\$ 12.20
Cerdo en salsa de ciruela.	\$ 13.00	\$ 15.86
Fritada	\$ 16.00	\$ 19.52
Pescados al vapor.	\$ 13.00	\$ 15.86
Solo los sábados: Hornado.	\$ 17.00	\$ 20.74
Platos para vegetarianos según el huésped.	\$ 12.00	\$ 14.64

- Cena: La cena está incluida en el precio. Por lo tanto ofrecemos un buffet compuesto por dos tipos de proteínas, dos tipos de carbohidratos y dos tipos de ensaladas. El menú del buffet rotará según la edad de los clientes, la época, clima y presentará siempre opciones para que el comensal pueda consumir lo que gusta.

Un ejemplo del Buffet es:

	Cena (incluido)	
Proteína		
Pollo al vino	Incluido	Incluido
Pescado a la hoja de plátano	Incluido	Incluido
Carbohidratos		
Couscous de quinoa	Incluido	Incluido
Croquetas de papa	Incluido	Incluido
Ensaladas		
Ensalada de mandarina con queso de cabra y espinaca	Incluido	Incluido
Ensalada Jardinera	Incluido	Incluido
Postres		
Pie de quinoa y naranja	Incluido	Incluido
Brownie con helado de vainilla	Incluido	Incluido

Cafetería: La cafetería ofrece bebidas calientes, postres varios y un reducido menú de bocadillos de sal. Esta cafetería busca atender a gente que se queda en el spa, regresa de actividades a media tarde o tan solo acompañar a huéspedes que disfrutan de una buena lectura y un buen café de altura ecuatoriano.

El menú es el siguiente:

	Cafetería	
Snacks dulces	Precio	P.V.P+IVA
Humitas	\$ 3.00	\$ 3.66
Milhojas	\$ 3.50	\$ 4.27
Pie de frutas	\$ 3.00	\$ 3.66
Cheesecakes	\$ 3.00	\$ 3.66
Torta de chocolate	\$ 3.00	\$ 3.66
Torta de Maqueño	\$ 2.00	\$ 2.44
Chocolates ecuatorianos	\$ 5.00	\$ 6.10
Bebidas		
Café nacional	\$ 3.50	\$ 4.27
Tés, infusiones	\$ 2.30	\$ 2.81
Chocolate caliente	\$ 3.00	\$ 3.66
Canelazos	\$ 3.00	\$ 3.66
Vino hervido	\$ 3.20	\$ 3.90
Snacks Típicos		
Sanduchito mixto	\$ 4.50	\$ 5.49
Mini tamales	\$ 4.00	\$ 4.88
Quishe de Champiñones	\$ 4.20	\$ 5.12

Los bares operan dentro del salón principal y de la cafetería, pero poseen un menú detallado que está disponible durante todo el día, de diez de la mañana a diez de la noche. Cualquier bebida caliente, gaseosa o bebida alcohólica tendrá un valor extra sobre la tarifa.

Bebida	Bar/Bebidas Alcoholicas	
	Precio	P.V.P+ IVA
Vinos varios/dela casa	\$ 3.70	\$ 4.51
-botella y copa de vino de la casa.	\$ 30.00	\$ 36.60
Whiskey	\$ 9.50	\$ 11.59
Cerveza	\$ 2.10	\$ 2.56
Vodka	\$ 7.30	\$ 8.91
Gin	\$ 8.50	\$ 10.37
Tequila	\$ 8.50	\$ 10.37
Cognac	\$ 10.50	\$ 12.81
Ron	\$ 7.60	\$ 9.27
Bajativos	\$ 8.00	\$ 9.76
Cremas varias	\$ 7.00	\$ 8.54
-Cocteles:		
Long Island	\$ 7.00	\$ 8.54
Piña Colada	\$ 7.00	\$ 8.54
Martini	\$ 10.00	\$ 12.20
Mojitos	\$ 8.00	\$ 9.76
Margarita	\$ 8.00	\$ 9.76
Bloody-Mery	\$ 8.00	\$ 9.76

6. Recursos Humanos

Para elegir al personal de Tínpuxyaku Hotel Spa se debe seguir un plan de recursos humanos que contengan los siguientes pasos:

- Reclutamiento

Para reclutar al personal adecuado necesitamos saber los perfiles que requiere la empresa para cada puesto.

Al estar ubicados en una zona rural, y por realizar un plan de responsabilidad social con las comunidades cercanas al sector, se optará por contratar personal de poblaciones cercanas al hotel. Buscaremos gente que tenga ganas de trabajar, aprender, superarse y que tenga una buena

imagen personal. Además, es esencial que la persona sea amable y respetuosa, es decir que cumpla con el perfil de trabajador que brinde un buen servicio al cliente.

Tras analizar los perfiles requeridos se publicará un aviso de reclutamiento en periódicos, en páginas web especializadas en perfiles laborales, en las sedes del Ministerio de Turismo de Latacunga, Lasso y Quito.

- Selección

A las personas que estén interesadas deberán mandar las carpetas con sus hojas de vida y se les realizará una entrevista con previa cita. A continuación se realizará un análisis de cada uno de los aplicantes para tomar una decisión de quienes cumplen con el perfil requerido por la empresa.

- Formación

En el ámbito de formación, es donde T'inpuxyaku Hotel Spa se enfocará y trabajará con mayor énfasis en cuanto al manejo de Recursos Humanos. Al estar buscando gente local, la formación y capacitación del personal será muy rigurosa y extensa. Se enseñará al personal desde lo esencial en servicio al cliente y manejo de actividades y equipos hoteleros. Los nuevos trabajadores deberán aprender sobre la cultura organizacional que los estándares del hotel requieren.

- Cultura Organizacional

T'inpuxyaku Hotel Spa busca la excelencia brindando un servicio personalizado hacia sus huéspedes. Por ello, los trabajadores del hotel

deberán siempre estar bien presentados y prestos para responder proactivamente ante cualquier eventualidad o requerimiento que el cliente solicite. Para cumplir con esto, el personal deberá cumplir al pie de la letra con la cultura organizacional que T'inpuxyaku Hotel Spa exige:

- Hombres:
 - o Pelo corto
 - o Zapatos bien lustrados
 - o Uniforme siempre bien presentado y limpio.
 - o Bello facial ordenado
 - o No tatuajes visibles
 - o No uso de piercings, aretes o pulseras.
 - o No uso de colonias o desodorantes con aroma fuerte.

- Mujeres:
 - o Pelo siempre bien recogido.
 - o Zapatos bien lustrados
 - o Uniforme siempre bien presentado y limpio.
 - o Uñas despintadas y cortas.
 - o No uso de lápiz labial
 - o No uso de perfumes de aroma fuerte.
 - o Aretes pequeños y no llamativos.
 - o No uso de piercings o tatuajes visibles.

6.1 Estructura Administrativa.

Nuestra empresa tendrá una estructura horizontal de cargos, para que cada empleado dentro del Hotel Spa pueda tomar decisiones eficientes en el momento indicado.

6.1.1 Gerente General.

Hotel Spa T'inpuxyaku estará dirigida por un Gerente General.

Tareas y responsabilidades: El Gerente General es el encargado de muchos ámbitos de la empresa. Tiene que estar pendiente de las pérdidas y ganancias de la empresa, formular los planes de negocio y es el encargado de manejar la operación al día a día.

El Gerente General es el encargado de asegurar que todo fluya y funcione adecuadamente en la empresa. Es el responsable de asegurarse que el resto de los empleados estén haciendo su trabajo de una forma eficiente para así poder tener un mayor ingreso. Debe estar pendiente de todo el personal y encontrar formas para poder motivar a los empleados creando un fuerte vínculo entre la empresa y los trabajadores.

Su lugar de trabajo es en el back of the house del Hotel Spa T'inpuxyaku, oficina ubicada en la parte posterior del lobby. Su horario de trabajo es durante las tardes de 13 hrs a 19 hrs. Sin embargo, tiene que estar pendiente de la operación aun cuando no

son horas de trabajo pues puede haber dificultades que requieran la ayuda del Gerente General.

Es el representante de la empresa por lo cual, tiene que ser un buen ejemplo para todos. Tiene que tener una actitud seria, firme y profesional para así obtener el respeto de los empleados. Tiene que ser un líder en la empresa y debe vestirse de una manera profesional.

Requerimientos: El Gerente General tiene que ser una persona preparada con un alto nivel de educación. El requerimiento mínimo es una licenciatura de una universidad reconocida y tiene que tener experiencia previa. El Gerente General tiene que poder resolver problemas de una manera rápida y eficiente. Finalmente el Gerente General debe conocer a profundidad el concepto de la empresa, su misión y la visión.

6.1.2 Administrador de Alimentos y Bebidas.

Tareas: El Administrador de Alimentos y Bebidas es el encargado de asegurarse que haya la materia prima necesaria para la producción. Su superior es el Gerente General y la persona encargada de compras, bodega y costos deben responder al Administrador de Alimentos y Bebidas. Es importante que este trabaje conjuntamente con la cocina para asegurarse que todo esté en orden.

Otras tareas muy importantes son asegurarse que el inventario teórico concuerde con el inventario físico, negociar con los proveedores, autorizar órdenes de compra y calcular los máximos y mínimos. El horario del Administrador de Alimentos y Bebidas es el mismo que el del Gerente General de 13 horas a 19 horas. El administrador trabaja en la oficina conjunta al Gerente General en el Hotel Spa T'inpuxyaku.

Requerimientos:

El Administrador de Alimentos y Bebidas tiene que tener un muy buen nivel de educación enfocado en la administración de alimentos y bebidas. Se requiere que tenga experiencia previa con el manejo de alimentos y bebidas. Es importante que haga lo necesario para minimizar los costos de la materia prima para así incrementar el ingreso de la empresa.

Debe vestirse profesionalmente para así dar una buena imagen de la empresa frente a los proveedores y dar un buen ejemplo a los empleados. Debe tener la habilidad de dirigir y controlar a los empleados que tiene a cargo. Tiene que ser una persona muy honrada, responsable y que tome el trabajo con mucha seriedad.

6.1.3 Recursos Humanos

Tareas: La persona encargada de recursos humanos debe asegurarse que todos los empleados que tienen contacto con los

clientes o el producto hagan su trabajo de una manera eficiente y concuerde con el concepto del Hotel Spa T'inpuxyaku. Con un servicio de la mejor calidad para así brindar la mejor experiencia posible. Es el responsable de contratar a nuevos empleados con la autorización del Gerente General y asegurar que los nuevos empleados tengan un buen entrenamiento. Tiene que asegurarse que todo fluya en la operación, que los empleados se sientan cómodos y motivados en el lugar de trabajo y que los clientes estén satisfechos con los productos y el servicio que recibieron. La persona encargada de recursos humanos tiene que responder al Gerente General y es responsable de los hosts, bartender, cocineros, posilleros, y seguridad.

Requerimientos: La persona encargada de recursos humanos debe tener una buena educación. Licenciatura en Psicología Industrial en una universidad reconocida y debe tener experiencia trabajando en recursos humanos. Tiene que tener la habilidad de dirigir y controlar a un grupo de personas y poder motivarlas para que los empleados se sientan a gusto en la empresa y por ende hagan el trabajo de la mejor manera. El encargado de recursos humanos debe al igual que el Administrador de Alimentos y Bebidas y el Gerente General, vestirse de una manera profesional para así dar un buen ejemplo al resto de empleados y dar una buena imagen de la empresa.

6.1.4 Publicidad y Marketing

Tareas: La persona encargada de publicidad y marketing tiene el deber de promover la empresa, encontrando la mejor manera para vender nuestro producto y servicio para así poder atraer a la mayor cantidad de clientes posible. Debe idear formas originales e innovadoras para promocionar Hotel Spa T'inpuxyaku manteniendo en mente la misión y visión de la empresa. Su superior es el Gerente General.

Requerimientos: La persona encargada de publicidad y marketing tiene que mínimo tener una licenciatura de una universidad reconocido y experiencia previa en alguna agencia publicitaria. Debe ser dedicado, original y tomar el trabajo con mucha seriedad. Sus proyectos para promover Hotel Spa T'inpuxyaku deben ser enfocados hacia el target de mercado predeterminado por la empresa y debe poner énfasis en el concepto del Hotel Spa. Debe vestirse de manera profesional.

6.1.5 Compras y Bodega

Tareas: Hay una persona encargada de bodega y compras. Al recibir la requisición de cocina debe ver si hay el producto pedido en bodega. Si no hay tiene que formular una solicitud de compra organizada por categorías y luego una orden de compra que de ser autorizada por el Administrador de Alimentos y Bebidas. Las persona

de bodega y compras tiene que recibir los productos del proveedor y revisar que todo esté en buen estado. Debe hacer el inventario y distribuir los productos demandados a cocina. Es muy importante que el inventario este correcto para así poder tener un mayor control en la empresa. Su superior es el Administrador de Alimentos y Bebidas.

Requerimientos: Debe ser una persona muy honrada y responsable que tome el trabajo con mucha seriedad. No se requiere experiencia previa. Debe utilizar el uniforme que será dado por la empresa.

6.1.6 Costos

Tareas: Hay una persona encargada de costos. Su función es controlar y calcular los costos de alimentos y bebidas de la empresa. Su deber es tratar de minimizar al máximo los costos sin disminuir la calidad de nuestros productos. Tiene que trabajar conjuntamente con la persona encargada de bodega y compras. Su superior es el Administrador de Alimentos y Bebidas.

Requerimientos: La persona encargada de costos debe tener un buen nivel de educación y experiencia previa manejando costos en alguna empresa. Se requiere una persona dedicada y honesta que vele por el bienestar de la empresa. Debe vestir de forma profesional para poder dar una buena imagen de la empresa.

7. Plan de Marketing

Para entender por completo la dinámica del negocio de la hotelería es necesario catalogarlo como un servicio. Por definición.

Los servicios son actividades económicas que se ofrecen de una parte a otra, las cuales generalmente utilizan desempeños basados en el tiempo para obtener los resultados deseados en los propios receptores, en objetivos o en otros bienes de los que los compradores son responsables... (Lovelock, pg.15)

Tomando en cuenta que se trata de un servicio, es importante ajustar el manejo del mismo desde el punto del marketing de servicios. Como principio, nos encontramos con que el marketing de servicios busca manejar y tomar en cuenta las 8 p's (no 4p's como el del resto de productos). Estas son: "Elementos del producto, lugar y tiempo, precio y otros costos para el usuario, así como promoción y educación; elementos asociados con la operación del producto. Y otros cuatro relacionados con la entrega del servicio: entorno físico, proceso, personal y productividad". (Lovelock, pg.22) Por lo tanto es primordial que se desarrolle un concepto de servicio que tiene como lugar las instalaciones del Hotel Spa., basándose en estos ocho parámetros.

- 1) Elementos del producto: Es primordial comenzar con un producto que genere un valor considerable y deseable en los clientes. En este caso, el concepto de servicio es entregar al cliente una experiencia de relajación

lujosa, fuera de la ciudad y apegada a la naturaleza como agente inspirador de esta relajación.

Habiendo descrito el concepto general del servicio, a este se suman un grupo de elementos que refuerzan el concepto: la posición estratégica de las instalaciones, el diseño interior de los espacios, las suites, la cabañas, el entorno que rodea al Hotel, el spa y servicios varios de relajación, y la experiencia gastronómica que ofrece el restaurante. Estos elementos buscan satisfacer la necesidad fundamental del cliente de experimentar una relajación natural y cómoda en la naturaleza.

- 2) Lugar y tiempo: El servicio se llevará a cabo en las instalaciones del Hotel. Estas instalaciones están diseñadas para la entrega óptima y eficiente del servicio al cliente. Se tratan de servicios entregados físicamente, que por medio de una actividad, por ejemplo un paseo con fines botánicos, el servicio se desarrolla ya sea en los entornos del Hotel así como el desarrollo de un aroma terapia dentro de spa. El servicio por lo tanto debe ser llevado a cabo en las instalaciones, dotadas de todas las comodidades, dejando así en cada actividad el sello de calidad del servicio ofrecido por el Hotel Spa.
- 3) Precios y Otros Costos del Usuario: Es importante que el cliente perciba como justo el pago o la transacción que realizará con el Hotel, pues solo así será rentable y poseerá una armonía el negocio. Con el fin de manejar de la mejor manera el tema financiero, fue importante considerar tres aspectos que ayudaron a determinar el precio: el mercado ofertante, que en la media presenta una tarifa promedio de

entre 215 dólares americanos y en casos llega hasta 410 dólares por paquete vendido por persona. Otro tema es la estacionalidad de la demanda, pues al ser un hotel de lujo, la demanda varía considerablemente, el manejo de tarifas altas en ciclos de demanda alta permitirán sostener los costos elevados en ciclos de demanda bajas. Otro parámetro para delimitar los precios son los costos en los cuales se incurre para operar un servicio como este. Por lo tanto, el precio que se maneja es de 375\$ como tarifa RAK.

- 4) Promoción y educación: Tomando en cuenta que este hotel busca entregar un servicio nítido y consistente en todo momento, es importante conseguir licencias y regulaciones internacionales en todos los servicios que se ofrecen. La meta es trabajar a profundidad con el personal, con el fin de generar un reto interno, así como una alianza entre el Hotel y su personal con el fin de crecer a un ritmo igualitario de la mano de la operación del servicio. Por lo tanto, se buscará cumplir con las normas de buenas prácticas de manufactura internacionales (HCCAP) y el uso de los manuales de ServSafe. Así como cumplir con estándares de instalaciones, manejo de desechos, y atención al cliente lo más actualizado y eficientemente posible. Estos no solo nos ayudarán a desarrollar un servicio consistente a lo largo de los ciclos operativos, sino que nos permitirá referirnos a ellos como características de excelencia con el fin de generar marca tanto a nivel nacional como internacional.

Teniendo como base esto, otra técnica de promoción y ventas, es el manejo de convenios con agencias de viajes, donde se trabajará con las conocidas comisiones, así como la ampliación de estas comisiones con agencias amigas en el exterior. Especialmente en países como Alemania, Suiza, Inglaterra, Nueva Zelanda, Australia entre otros Europeos y Asiáticos. Esta táctica se desarrollará por medio del contacto con hoteles, resorts y/o hostales que ofrezcan servicios parecidos para intercambiar folletos, información y promoción. Sumado a esto, fomentar la relación con el ministerio de turismo, con el fin de estar presentes en los eventos promocionales a nivel nacional como internacional, por medio de la implementación del concepto que este ministerio desarrolle acerca del país y la infraestructura que ofrezcamos para el desarrollo de aquel concepto. En este caso, la promoción e imagen del concepto está apoyada por un presupuesto considerable. Utilizaremos varios medios con el fin de educar al huésped sobre la experiencia que busca ofrecer el hotel con sus servicios.

- 5) Procesos: los procesos en este hotel son fundamentales, pues este Hotel no solo persigue la entrega de un servicio, sino una experiencia de vida. Por lo tanto se basa en dos principios fundamentales en el momento de entregar el servicio. El primero es la estandarización de ciertos procesos y actividades con el fin de conseguir un servicio consistente, que no desentone de cliente a cliente. Esto se alcanza con la descripción detallada y sencilla de las obligaciones y facultades que

deben poseer los operadores de cada una de las actividades ofrecidas en el Hotel.

La segunda parte está ligada a la capacitación y educación que busca generar el Hotel en su equipo de trabajo. Para nosotros gran parte del concepto de la experiencia con la naturaleza es el manejo de la pro actividad y simpatía de los operadores, buscando siempre establecer un relación relajada, con un alto nivel de Coeficiente Hospitalario, pero que permita experimentar cada uno de los servicios de forma individual y personalizada a cada cliente. En este caso, los procesos buscan ser no solo el sostén del manejo de costos y recursos, sino también el principio de generar más ingresos, tanto en propinas como en ligar relaciones repetitivas con clientes especiales. Con este sistema buscamos eliminar un sentimiento burocrático para lograr que se arreglen o se lleven a cabo ciertos procesos. Se publicará diagramas con imágenes y frases sencillas en los corredores de servicio con el fin de causar un impacto visual en los operadores de cómo deben actuar el momento de efectuar el servicio.

- 6) Entorno físico: El tema de la apariencia será uno de los elementos más importantes, pues el conjunto del diseño del hotel, más las habitaciones y la interacción con la naturaleza buscaran emular el sentimiento de aislamiento y seguridad con el fin de brindar relax total. El manejo de una imagen general es muy importante, por lo tanto se han elegido Jeeps para el transporte y la operación de actividades, la implementación de instalaciones únicas y adaptadas para

discapacitados o cualquier tipo de necesidad del cliente. Por medio de la imagen, el concepto logra cerrar el ciclo de entrega, y busca que cada rincón, cada espacio esté en armonía con la serranía ecuatoriana. Los materiales utilizados a lo largo de toda la instalación, busca traer concepto de la naturaleza, como la fluidez del agua en el spa, o la vista panorámica en el restaurante y suites con el fin de siempre incitar al cliente que busque un momento a solas en presencia de la naturaleza.

- 7) Personal: El personal es el activo más complejo e importante en los servicios. Por lo tanto, el manejo de este recurso está compuesto por tres puntos clave: 1) capacitación y educación teórica y vivencial con el fin de repercutir ese nuevo conocimiento en la sociedad en la cual viven inmersos. Establecer metas departamentales y recompensas por las mismas, así como la implementación clara y repetitiva de las obligaciones y libertades que poseen en cada cargo. Y por último, una técnica reforzada y estricta en el reclutamiento y motivaciones de los empleados por medio de sistemas de aptitudes tanto físicas, emocionales y psicológicas. De la misma forma se desarrollará un programa de ayuda comunitaria, donde se fomentará la importancia de la familia y su estructura, así como la educación técnica y se ayudará a la preservación de las características culturales de la zona y los vecinos.
- 8) Productividad y calidad: El desarrollo del folleto de descripción de cargos es la base de la productividad, pues aquí se determinará el funcionamiento complementario de cada uno de los departamentos, y luego de cada uno de los actores, y como su trabajo o falta de, afectará

a la empresa a un nivel macro. Se aplicarán libretos descriptivos en cada puesto de trabajo, en los cuales se incite a la pro actividad generada con herramientas y capacitaciones. Por otro lado se recurrirá a la implementación de sistema operativos tanto para la parte hotelera como la parte del spa y de A&B. Con esto se podrá controlar los costos de operación, la intensidad de venta o utilización de los activos, así como monitorear el inventario, capacidad requerida de mano de obra y por sobre todo la rentabilidad del Hotel. Se implementarán controles de calidad como los antes mencionados, HCCAP, ServSafe, regulaciones turísticas y de seguridad en lugares agrestes, manejo correcto de desechos, así como la correcta operación del spa bajo los procedimientos más profesionales.

Bajo estos parámetros sujetos al desarrollo específico de cada uno, concluimos que estos elementos buscan englobar el concepto del servicio que ofrece el Hotel, dejando muy en claro el manejo administrativo de cada uno de los recursos y herramientas evocadas en la descripción anterior. Pues la suma de estos detalles permiten a la gerencia enfocar un sistema de control especializado en cada una de las ocho p's descritas, con el fin de fomentar la conciencia en la utilización de recursos y la importancia que posee cada uno de los elementos antes discutidos para el funcionamiento correcto del hotel.

Con el fin de empezar a delinear los pasos necesarios es importante realizar un análisis FODA de la empresa, si bien no está en operación,

podemos definir fácilmente basándonos en el desarrollo departamental que se busca tener.

Para empezar, analizamos las Fortalezas de T'inpuxyaku Hotel Spa: Se trata de un concepto desarrollado bajo la idea de un turismo experiencial, el cuál recae sobre la bondad de la naturaleza, y por medio de servicios de alta calidad entrega al cliente un concepto único en la zona de la Serranía central ecuatoriana. Presenta un menú de actividades únicas, complementarias y que permiten la relajación completa por medio del contacto de la naturaleza. Poseemos un terreno donde podemos encontrar y demostrar las varias facetas del páramo ecuatoriano, empezando desde su clima, fauna, flora hasta llegar a las actividades culturales, agrícolas y ganaderas de la zona. Contamos con un entorno limpio de industrias, poblados desorganizados y la posibilidad de gozar de la naturaleza de manera única. Recogemos conceptos de la alta hotelería, y el servicio de lujo y lo llevamos a un ámbito poco explotado en el país, así ofreciendo un concepto atractivo y único dentro de la región, influyendo así en la infraestructura demandada y los servicios ofrecidos a nuestro alrededor.

Otra de las ventajas es el manejo sostenible de la basura, y la utilización de la extensión de la hacienda Aliaga como proveedor de verduras, flores, y productos para la cocina y estufas. El uso de la capacitación y la constante educación que se brindará a nuestra fuerza laboral nos permitirán ofrecer un servicio único y personalizado, donde el trabajo de cada uno de los integrantes del equipo de trabajo no representa

su contrato profesional, sino representa esa naturalidad y espontaneidad de querer entregar el mejor servicio como reto diario.

Oportunidades, estas empiezan cuando analizamos el mercado existente de ofertantes, y vemos que es un mercado que no está saturado, pues si tomamos en cuenta el cien por ciento de las habitaciones disponibles en total, encontramos con que cerca del 70% está ocupado con frecuencia, y que existe un 30% de ocupación sin vender. Por lo tanto, el campo es amplio, tomando en cuenta que nuestro concepto se perfila como el dueño de un 6% de aquel excedente del mercado, las posibilidades de crecer son probables. Por otro lado, es interesante ver el desarrollo que se está fomentando en la industria, pues según el vice-ministro de turismo, Luis Falconí durante su entrevista en la radio 90.9, la industria creció en un 11% durante el 2012 con respecto al 2011, incitando así a que solamente en el último período del 2012, se realicen inversiones cercanas al millón de dólares en medianas empresas de turismo.

Basándonos en esto, podemos inferir que de igual manera los préstamos para el desarrollo de un proyecto turístico/hotelero dentro del país serían más asequibles. Por otro lado, se está presenciando un giro en el tipo de turismo y los intereses por los cuales visitan el país. Se ha constatado que para el 2012 el promedio de gastos por turista se han elevado un 20%, y que la demanda de servicios más elevados ha incrementado basándose en la cantidad de infraestructura que se ha desarrollado, por lo tanto es una oportunidad el crecimiento del mercado.

Sumado a esto, estamos trabajando con un concepto el cuál ayuda a consolidar la imagen nacional y regional del Ecuador frente a la oferta Sudamericana, que como bloque representa el 65% de las ventas turísticas en la región (Ministerio de Turismo del Ecuador).

Debilidades, estas las encontramos al compararnos con Hosterías y Hoteles actuales de la zona y que buscan atender al mismo mercado. Al ser un mercado compuesto de una infraestructura hotelera limitada (no solo en instalaciones, sino el resto de servicios que incluye y demanda el servicio turístico completo) la captación del mercado disponible que viaja al Ecuador, que está cerca de los 114 mil visitantes en el mes de Marzo del año actual, cerca de un 60% ya posee tours contratados. Por lo tanto es complejo captar esos viajeros si solo contemplamos la promoción manejada por el proyecto. Sumado a esto, es un negocio que depende mucho del boca a boca, y gran parte del negocio está en que los huéspedes recomiendan o regresan, y empezar desde cero representa un reto delicado en el tema de levantar reputación y atraer huéspedes de manera constante, y periódica.

De la misma forma, hemos encontrado que de la teoría hotelera a la realidad del país hay una gran brecha, empezando por el manejo del mercado y la ocupación con la cual se espera operar hasta llegar al manejo de la mano de obra. La experiencia en el manejo y rotación de la mano de obra en este país está muy sujeto al costo-beneficio que presentan los trabajadores, y la necesidad de educación y preparación para el tipo de

servicio que buscamos complementar con las instalaciones resulta caro. Pues es inmensa la necesidad que presentamos de capacitar y educar a nuestro activo humano con el fin de consolidar el servicio y entregar un producto siempre consistente. Por otro lado, el pago de la inversión representa un costo altísimo que cuesta mucho pagar, las instalaciones generan una excelente experiencia, pero representan un costo fijo muy alto.

Amenazas: las amenazas están básicamente compuestas por dos casos que podrían ser determinantes para la complicación y falla en la operación del Hotel Spa T'inpuxyaku. La principal, es el deterioro de la imagen política-económica y social del país. Pues este tema resultaría en la determinación de países estrellas en turismo, como USA, Canadá o el Reino Unido en cesar la cantidad de gente que busca destinos como los ofrecidos por Ecuador. De la misma forma, la situación inestable en la cual Europa vive inmersa es determinante para que países, como España, un gran contribuidor en años anteriores, deje de poner la participación que tenía en el mercado.

Muchas veces la inseguridad jurídica del país genera malas expectativas acerca de los servicios, generando un mal impacto en la demanda de los mismos. Por otro lado, está la sobre oferta que se perfila en cuanto a servicios turísticos en país, sin necesariamente generar demanda. Pues en este caso, la propaganda nacional, tanto como el concepto de la marca Ecuador ha dejado de tener forma, y más que nunca el mercado demanda una identidad con la cual los viajeros se identifiquen,

no solo por los recursos innumerables que poseemos, sino por la falta de armonía y de dirección que posee el sector hotelero; a nuestra forma de ver poco regido y desapegado al concepto que Ecuador como marca debe, y a ratos busca apuntar.

- **Presupuesto Marketing y Capacitaciones Administrativo:**

Capacitaciones 2013 Recursos Humanos			
Tipo	Cantidad/Horas	Costo x Hora	Total
Manejo de Grupos	24	17	408
Idioma	24	10	240
Talleres de resolución	24	12	288
Prácticas internas	48	2	96
HCCAP	24	21	504
ServSafe	24	18	432
Atención al Cliente	24	12	288
		Total Anual	2256

- **Plan Publicitario y manejo de la marca en medios:**

- 1) Página web de la Empresa: Desarrollo y manejo de página como fuerza de ventas a nivel internacional.
- 2) Publicidad en medios de comunicación impresos: Publicaciones y compra de espacios en revistas que atiendan a nuestro mercado meta.
- 3) Publicidad en medios electrónicos: Publicidad en páginas que sean visitadas por el perfil del consumidor, así como publicación de promociones en páginas compatibles.
- 4) F.A.M. Trip operadoras receptoras: Desarrollo de un viaje de familiarización para agencias turísticas receptoras, así como mayoristas, con el fin de convencer a la fuerza de ventas nacional del producto.

- 5) Pancartas y señales de acceso al Hotel: Instalación de Vallas Publicitarias en el camino hacia el Hotel. Así como una señalización propia del Hotel que direcciona a los huéspedes.
- 6) Relaciones Públicas: Intervención en otros hoteles en Quito y ciudades grandes, así como el manejo de publicidad en empresas amigas y exposiciones del servicio en convenciones nacionales e internacionales.
- 7) Promoción Exterior: Manejo de un plan basado en comisiones como incentivo para operadoras internacionales, así como publicidad en medios impresos en países meta.

-

	Presupuesto Publicidad 2014		
	Precio	Cantidad	Total
Pagina web	\$ 800.00	2	\$ 1,600.00
Medios Impresos	\$ 2,000.00	4	\$ 8,000.00
Medios electrónicos	\$ 0.45	24	\$ 10.80
FAM Trip	\$ 25.00	10	\$ 250.00
Vallas y señales	\$ 3,000.00	2	\$ 6,000.00
Relaciones Publicas	\$ 8,000.00	1	\$ 8,000.00
Promoción Internacional	\$ 4,000.00	2	\$ 8,000.00
		Total	\$31,860.80

Presupuesto:

En el manejo de la marca es primordial cada uno de estos rubros, pues tanto la educación como la publicidad del Hotel y sus servicios, nos permiten establecer una posición fuerte en el mercado, tanto frente a los

competidores como con el cliente y sus demandas. Por lo tanto, el presupuesto de marketing para el año 2014 es de 34, 116.80 dólares americanos. Esta es, así como la inversión de obra gris y acabados, instalaciones y equipos para la operación, los puntos que nos ayudan a cerrar el ciclo de construcción y establecimiento de la marca frente al mercado ecuatoriano e internacional.

Presupuesto Total Marketing		
Rubros	Items	Precio Total
Publicidad	7	\$ 31,860.80
Capacitaciones	7	\$ 2,256.00
	Total	\$ 34,116.80

8. Presupuesto Final del Proyecto

TotalSoft cost	\$ 263.800,00
Total Costo Hard	\$ 1.212.000,00
Precio de la Propiedad	\$ 1.000.000,00
Costo Total Proyecto	\$ 2.475.800,00

+ Presupuesto total de Marketing

Total Marketing \$ 34.116,80

Obtenemos el presupuesto final del proyecto:

Presupuesto Final \$ 2.509.916,80

9. Conclusiones

- El Ecuador ha tenido un crecimiento en el producto interno bruto (PIB) y la tasa de desempleo ha decrecido en los últimos años, lo cual crea la necesidad de servicios de calidad en la población.
- El gobierno ecuatoriano está incentivando el crecimiento de la industria nacional, por lo que brinda facilidades en la apertura de nuevas empresas de origen ecuatoriano.
- El turismo, y la hotelería en sí, es un área que tiene el potencial para ser explotado en el Ecuador.
- T'inpuxyaku Hotel Spa estará situado en las faldas del Iliniza Sur sobre el terreno que hoy en día es la hacienda Aliaga, propiedad del Sr. Ramiro Espinosa.
- Es un hotel con un "guestroom mix" compuesto por 10 suites y 5 cabañas, con una capacidad máxima de alojamiento de 55 personas.
- El mercado ecuatoriano, en cuanto a hotelería de calidad, no está saturado. Casi el 70% del mercado está ocupado, por lo que sobra un 30% de demanda por acomodar.
- La amenaza que tiene el mercado, es que la economía mundial decaiga o el Ecuador entre en un periodo de inestabilidad política y económica que perjudique la demanda de turismo.
- T'inpuxyaku Hotel Spa requiere de \$ 2' 475. 800, 00 de inversión inicial, lo cuales serán pagados en un plazo de 15 años a una tasa del 15%.

- Teniendo un porcentaje de ocupación del 30%, el hotel obtendrá una ganancia en habitaciones de \$1' 831. 500, 00 anuales, que al pagar costos fijos, operativos y el préstamo dejan \$500. 203, 93 de utilidades.
- T'inpuxyaku Hotel Spa presenta un TIR del 72% a una tasa del 15% de retorno sobre la inversión.

III. ANEXOS

- Anexo A



FEDERACION HOTELERA DEL ECUADOR –AHOTEC Permisos,
Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que
Deben cumplir los Establecimientos de Alojamiento ®

A QUIEN SE DEBE PAGAR
Y/O CUMPLIR OBLIGACIÓN

FRECUENCIA

DE PAGO Y/O

CUMPLIMIENTO

QUIEN DEBE PAGAR

Y/O CUMPLIR

PERMISOS

[Registro Actividad Turística](#) Ministerio de Turismo Sólo 1 vez P. Naturales y Jurídicas

[Licencia Única de Funcionamiento Turismo](#) Ministerio Turismo / Municipios Anual P. Naturales y Jurídicas

[Permiso Sanitario](#) Ministerio Salud Anual P. Naturales y Jurídicas

[Certificados de Salud empleados](#) Ministerio Salud Anual P. Naturales y Jurídicas

[Patente](#) Municipio Anual P. Naturales y Jurídicas

[Rótulos y Publicidad Exterior](#) Municipio Anual P. Naturales y Jurídicas

[Bomberos](#) Cuerpo de Bomberos Anual P. Naturales y Jurídicas

[Licencia Ambiental \(Quito\)](#) Municipio Anual P. Naturales y Jurídicas

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

[Declaración de Impuesto a la Renta](#) Servicio de Rentas Internas Anual P. Naturales y Jurídicas

[Anexos Impuesto a la Renta \(Rel. Dependencia\)](#) Servicio de Rentas Internas Anual P. Jurídicas

[Anticipo Impuesto a la Renta](#) Servicio de Rentas Internas Jul / Sep. P. Naturales y Jurídicas

[Retenciones en la Fuente – Renta](#) Servicio de Rentas Internas Mensual P. Naturales y Jurídicas

[Impuesto al Valor Agregado – IVA](#) Servicio de Rentas Internas Mensual P. Naturales y Jurídicas

[Impuesto Consumos Especiales – ICE](#) Servicio de Rentas Internas Mensual P. Naturales y Jurídicas

[Anexos Transaccionales \(IVA / ICE / Renta\)](#) Servicio de Rentas Internas Mensual P. Naturales y Jurídicas

[Declaración Patrimonial](#) Servicio de Rentas Internas Anual P. Naturales

OBLIGACIONES PATRONALES

[Décimo Cuarto Sueldo Empleados Anual](#) P. Naturales y Jurídicas

[Presentar planilla de pago 14vo. Sueldo](#) Ministerio Trabajo Anual P. Naturales y Jurídicas

[Décimo Tercero Sueldo Empleados Anual](#) P. Naturales y Jurídicas

[Presentar planilla de pago 13vo. Sueldo](#) Ministerio Trabajo Anual P. Naturales y Jurídicas

[Fondos de Reserva IESS Anual](#) P. Naturales y Jurídicas

[Pagar 15 % utilidades a empleados Anual](#) P. Naturales y Jurídicas

[Presentar planilla de pago 15 % utilidades](#) Ministerio Trabajo Anual P. Naturales y Jurídicas

[Uniformes para el Personal Empleados Anual](#) P. Naturales y Jurídicas

[Remuneraciones a empleados Empleados Mensual](#) P. Naturales y Jurídicas

[Aportes Seguro Social Empleados IESS Mensual](#) P. Naturales y Jurídicas

[Repartir 10 % por Servicio Empleados Mensual Hoteles y Rest. 5 y 4 *](#)

[Presentar Planilla de pago 10 % por servicio](#) Inspectorías de Trabajo 13ro/14to/
Utili Hoteles y Rest. 5 y 4 *

[Aplicar porcentaje de discapacitados en nómina](#) Ministerio de Trabajo Permanente P. Naturales y Jurídicas

[Tener dispensador de preservativos](#) Ministerio de Salud Permanente P. Naturales y Jurídicas

OTRAS CONTRIBUCIONES Y OBLIGACIONES

[Contribución 1 x mil a los activos fijos \(FMPTE\)](#) Ministerio de Turismo Anual P. Naturales y Jurídicas

[Contribución 1 x mil activos reales](#) Superintendencia Compañías Anual P. jurídicas

[Presentar balances](#) Superintendencia Compañías Anual P. jurídicas

[Impuesto a los Activos Totales \(1,5 x mil\)](#) Municipios Anual P. Naturales y Jurídicas

[Impuesto Predial](#) Municipios Anual P. Naturales y Jurídicas

[Matriculación de vehículos](#) Jefaturas de Tránsito Anual P. Naturales y Jurídicas

[Revisión Técnica Vehicular \(Quito\)](#) Municipio – CORPAIRE Anual P. Naturales y Jurídicas

[Contratar SOAT para vehículos](#) Aseguradoras calificadas Anual P. Naturales y Jurídicas

[Derechos autores y compositores \(SAYCE\)](#) SAYCE Anual P. Naturales y Jurídicas

[Derechos productores fonogramas \(SOPROFON\)](#) SOPROFON Anual P. Naturales y Jurídicas

[Teléfono Empresa Telefónica Mensual](#) P. Naturales y Jurídicas

[Agua Potable Empresa Agua Potable Mensual](#) P. Naturales y Jurídicas

[Energía Eléctrica Empresa Eléctrica Mensual](#) P. Naturales y Jurídicas

[Reportes estadísticos](#) Ministerio Turismo Mensual P. Naturales y Jurídicas

[Reportes de Huéspedes](#) Varias Instituciones Diario P. Naturales y Jurídicas

[Impuesto a los Espectáculos Públicos](#) Municipios Ocasional P. Naturales y Jurídicas

[Tasa Servicios Turísticos](#) Municipio de Quito Mensual P. Naturales y Jurídicas

(*) VENTANILLA UNICA TURÍSTICA - PARA LOS ESTABLECIMIENTOS DEL CANTON QUITO

UN SOLOPAGO: A partir de enero del 2007, el representante de cada establecimiento turístico acudirá POR UNA SOLA VEZ a cualquiera de los diversos

centros de recaudación que tiene el Municipio de Quito (Ventanillas de Recaudación de las Administraciones Zonales, Banco Pichincha, Banco Bolivariano,

Banco Pacífico, Banco de Guayaquil, BANRED o SERVIPAGOS) y pagará la Patente Municipal, tasa de turismo (Licencia Única Anual de Funcionamiento), aporte anual a CAPTUR, Permiso de Bomberos y Tasa de Certificado Ambiental por GPA . El plazo para el pago de este valor es hasta el 31 de marzo de cada año. Usted podrá cancelar a través de la tarjeta Master Card o Diners Club en las Administraciones Zonales, y puede diferir este pago en las mensualidades que prefiera.

FEDERACION HOTELERA DEL ECUADOR –AHOTEC Permisos, Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que deben cumplir los Establecimientos de Alojamiento ®

UN SOLO TRAMITE: Con el comprobante de pago, el establecimiento turístico se acercará a las Ventanillas Unicas Turísticas que inicialmente funcionarán en 3 sitios de Quito. 1. Corporación Metropolitana de Turismo (García Moreno 1201 y Mejía) 2. Administración Zonal Norte (Amazonas y Pereira) 3. Oficinas de CAPTUR (Patria y Amazonas, Ed. COFIEC)

En estas ventanillas junto con el Comprobante de Pago entregará el “Formulario de solicitud de Autorización de Funcionamiento” debidamente lleno e inmediatamente les será entregada la Licencia Única Anual de Funcionamiento que incluye los Permisos de Funcionamiento Sanitario, de Bomberos y de Medio Ambiente.

INSPECCION UNIFICADA: La Municipalidad, a través del Formulario Unico realizará UNA INSPECCION UNIFICADA y verificación anual de cumplimiento de todas las obligaciones legales, normas técnicas y reglamentarias a las que se someten los establecimientos turísticos.

Llame al 1800 456 789 y conozca los valores a pagar ó conéctese con www.quito-turismo.com o www.quito.gov.ec

Enlaces:

REGISTRO ACTIVIDAD TURISTICA

Base Legal: Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

Plazo: Máximo 30 días después del inicio de la actividad

Obligación: Obtener el Registro de Turismo en el Ministerio de Turismo.

Sanción: El no registro se sanciona con USD 100,00 y clausura del establecimiento

LICENCIA FUNCIONAMIENTO TURISMO

Base Legal: Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

Plazo: hasta el 28 de febrero

Obligación: Renovar Licencia Unica Anual de Funcionamiento en el Ministerio de Turismo o Municipio

respectivo, según corresponda

Sanción: La no renovación se sanciona con clausura del establecimiento

PERMISO SANITARIO

CERTIFICADOS DE SALUD EMPLEADOS

Base Legal: Código de la salud; Reglamento de Tasas

Plazo: hasta el 30 de marzo

Obligación: Renovar el Permiso Sanitario de Funcionamiento del Ministerio de Salud.

PATENTE

Base Legal: Ley de Régimen Municipal; y, Código Municipal del respectivo Cantón

Plazo: hasta el 31 de enero

Obligación: Pagar Patente Municipal en respectivo Municipio

RÓTULOS Y PUBLICIDAD EXTERIOR

Base Legal: Código Municipal del respectivo Cantón (Quito R.O. 183 de 03/10/03)

Plazo: hasta el 31 de marzo en Quito, en otras ciudades el que establezca el Municipio

Obligación: Obtener Permiso en respectivo Municipio

BOMBEROS

Base legal: Ley de Defensa contra incendios (Art. 35) y su Reglamento (Art. 40)

Plazo: hasta el 31 de marzo

Obligación: Renovar Permiso Anual de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

LICENCIA AMBIENTAL: Registro / Reportes / Auditorías / Certificado ... (solo Quito)

Base legal: Ordenanza Metropolitana 213 “ Del Medio Ambiente “. Capítulo V: Del Sistema de Auditorías

Ambientales y Guías de Prácticas Ambientales”

Registro (solo 1 vez)

Plazo: hasta el 30 / Dic / 2005 (Art. II.382.12)

Sujetos: Todos los establecimientos que prestan servicio de alojamiento (Art. II.382.13)

Obligación: Registrarse en Coordinaciones Ambientales Zonales del Municipio de Quito

Sanción: Por no registrarse > 2 RBUM (Remuneración Básica Unificada Mínima) > hoteles de 5 y / 4 *

Por no registrarse > 1 RBUM (Remuneración Básica Unificada Mínima) > demás hoteles

FEDERACION HOTELERA DEL ECUADOR –AHOTEC Permisos,

Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que

deben cumplir los Establecimientos de Alojamiento ®

Reportes de caracterización de descargas y emisiones (obligación anual)

Plazo: Durante el mes de noviembre.

Sujetos: Todos los establecimientos de alojamiento que generen descargas, emisiones o vertidos

Obligación: Presentar los reportes de caracterización de sus descargas y emisiones

Sanción: Por no presentar reportes > 5 RBUM (Remuneración Básica Unificada Mínima)

Auditoría Ambiental (solo 1 vez)

Plazo: Hasta el 9 / Feb / 2006

Sujetos: Hoteles de 5* y 4*

Obligación: Presentar Auditoría Ambiental AA (incluye Plan de Manejo Ambiental) a las Entidades de

Seguimiento, para revisión / aprobación. Costos: AA \$ 1.000,00 / Revisión \$ 3 RBUM \$ 450,00)

Sanción: Por no presentar Auditoría > 20 RBUM (Remuneración Básica Unificada Mínima)

Certificado Ambiental para Auditorías Ambientales

Trámite: Previa la aprobación de la Auditoría Ambiental y el pago por concepto del Certificado Ambiental, la

Dirección Metropolitana de Medio Ambiente emitirá el Certificado Ambiental respectivo, el cual es válido por dos años.

Sujetos: Hoteles de 5* y 4*

Obligación: Tramitar el Certificado Ambiental en la Dirección Metropolitana de Medio Ambiente del Municipio de

Quito y cancelar 0,5 RBUM en la Administración Zonal respectiva

Sanción: Por no obtener el Certificado Ambiental > 10 RBUM (Remuneración Básica Unificada Mínima) Art

II.382.30 literal a)

Auditoría Ambiental de Cumplimiento

Plazo: Un año después de haber presentado la Auditoría Ambiental y posteriormente cada dos años.

Sujetos: Hoteles de 5* y 4*

Obligación: Realizar Auditoría Ambiental de Cumplimiento

Sanción: Por no presentar Auditoría Ambiental de Cumplimiento > 20 RBUM (Remuneración Básica Unificada Mínima)

Seguimiento Auditoría Ambiental de Cumplimiento

Plazo: Un año después de haber presentado la Auditoría Ambiental y posteriormente cada dos años.

Sujetos: Hoteles de 5* y 4*

Obligación: Gestionar que las Entidades de Seguimiento realicen seguimiento a la Auditoría Ambiental de

Cumplimiento. (Costo \$ 6 RBUM \$ 900.00)

Sanción: Por no presentar Auditoría Ambiental de Cumplimiento > 20 RBUM (Remuneración Básica Unificada Mínima)

Guía de Prácticas Ambientales

Plazo: hasta el 12 / Ene / 2006

Sujetos: Todos los establecimientos que generen descargas, emisiones o vertidos

Obligación: Cumplir e implementar los lineamientos contenidos en la Guía de Prácticas Ambientales

Sanción: 2 RBUM (Remuneración Básica Unificada Mínima)

Certificado Ambiental para Guía de Prácticas Ambientales

Plazo: hasta el 12 / Ene / 2006

Sujetos: Todos los establecimientos que generen descargas, emisiones o vertidos

Obligación: Cumplir e implementar los lineamientos contenidos en la Guía de Prácticas Ambientales

Suscripción Acta de Compromiso / Tramitar el Certificado Ambiental

Sanción: Ningún establecimiento registrado, sujeto a las GPA, podrá operar sin el Certificado Ambiental.

Por no contar con el Certificado Ambiental > 2 RBUM (Remuneración Básica Unificada Mínima)

Por incumplir Acta de Compromiso >> 2 RBUM (Remuneración Básica Unificada Mínima)

Trámite: Solicitar a la respectiva Coordinación Ambiental Zonal > 1. Verificación de Cumplimiento de la GPA.

2. Informe de cumplimiento. 3. Emisión de Certificado Ambiental

NOTA: Para el caso de los establecimientos que deben cumplir con la Guía de Prácticas Ambientales (GPA), deben

acudir hasta el 12 de enero del 2006 a su respectiva Coordinación / Administración Zonal del Municipio para

suscribir la Acta de Compromiso correspondiente, con lo cual se amplía el plazo hasta el 12 de abril para la

implementación y cumplimiento cabal de lo dispuesto en la GPA.

FEDERACION HOTELERA DEL ECUADOR –AHOTEC Permisos,

Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que deben cumplir los Establecimientos de Alojamiento ®

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

IMPUESTO AL VALOR AGREGADO – IVA IMPUESTO A LA RENTA Y

DECLARACION PATRIMONIAL

ANTICIPOS

IMPUESTO A LA RENTA

SEMESTRAL

NOVENO

DIGITO

DEL RUC MENSUAL 1er .

SEMESTRE

2do

SEMESTRE

ICE

Y

RETENCIONES

EN LA

FUENTE

PERSONAS

NATURALES SOCIEDADES 1er.

ANTICIPO

2do.

ANTICIPO

1 10 del mes

siguiente 10 de julio 10 de enero 10 del mes
siguiente 10 de marzo 10 de abril 10 de julio 10 de
septiembre

2 12 del mes

siguiente 12 de julio 12 de enero 12 del mes
siguiente 12 de marzo 12 de abril 12 de julio 12 de
septiembre

3 14 del mes

siguiente 14 de julio 14 de enero 14 del mes
siguiente 14 de marzo 14 de abril 14 de julio 14 de
septiembre

4 16 del mes

siguiente 16 de julio 16 de enero 16 del mes
siguiente 16 de marzo 16 de abril 16 de julio 16 de
septiembre

5 18 del mes

siguiente 18 de julio 18 de enero 18 del mes
siguiente 18 de marzo 18 de abril 18 de julio 18 de
septiembre

6 20 del mes

siguiente 20 de julio 20 de enero 20 del mes
siguiente 20 de marzo 20 de abril 20 de julio 20 de
septiembre

7 22 del mes

siguiente 22 de julio 22 de enero 22 del mes
siguiente 22 de marzo 22 de abril 22 de julio 22 de
septiembre

8 24 del mes

siguiente 24 de julio 24 de enero 24 del mes
siguiente 24 de marzo 24 de abril 24 de julio 24 de
septiembre

9 26 del mes

siguiente 26 de julio 26 de enero 26 del mes
siguiente 26 de marzo 26 de abril 26 de julio 26 de
septiembre

0 28 del mes

siguiente 28 de julio 28 de enero 28 del mes
siguiente 28 de marzo 28 de abril 28 de julio 28 de
septiembre

Notas:

(1) La Declaración Patrimonial es obligatoria únicamente para las personas naturales cuyo monto de activos totales al primero de enero de cada año, supere los 100.000 dólares estadounidenses.

(2) Las declaraciones patrimoniales correspondientes a los años 2008 y 2009 se presentarán en el mes de mayo del 2009, considerando el noveno dígito de la cédula de ciudadanía o identidad (1 el 10, 2 el 12, 3 el 14, 4 el 16, 5 el 18, 6 el 20, 7 el 22, 8 el 24, 9 el 26 y 0 el 28 del mes de mayo)

ANEXOS TRANSACCIONALES

FECHAS DE VENCIMIENTO DE ANEXOS

Anexo Transaccional Anexos RDEP Anexos ICE

NOVENO

DIGITO

DEL RUC

MES SUBSIGUIENTE AÑO SIGUIENTE TRIMESTRE SIGUIENTE

1	10	10 de febrero	10 de enero – abril – julio - octubre
2	12	12 de febrero	12 de enero – abril – julio – octubre
3	14	14 de febrero	14 de enero – abril – julio – octubre
4	16	16 de febrero	16 de enero – abril – julio – octubre
5	18	18 de febrero	18 de enero – abril – julio – octubre
6	20	20 de febrero	20 de enero – abril – julio – octubre
7	22	22 de febrero	22 de enero – abril – julio – octubre
8	24	24 de febrero	24 de enero – abril – julio – octubre
9	26	26 de febrero	26 de enero – abril – julio – octubre
0	28	28 de febrero	28 de enero – abril – julio – octubre

INTERNET Último día del mes

FEDERACION HOTELERA DEL ECUADOR –AHOTEC Permisos, Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que deben cumplir los Establecimientos de Alojamiento ®

DECIMACUARTA REMUNERACIÓN

Base legal: Código del Trabajo (Art. 113 > reforma sg. R.O. No. 75 del 2.05.2007 > Ley No. 2007-77)

Plazo: hasta el 15 de marzo en las regiones de la Costa e Insular hasta el 15 de agosto en las regiones de la Sierra y Oriente.

Obligación: Pagar Décimo Cuarto Sueldo

“Art. 113.- Derecho a la decimacuarta remuneración.- Los trabajadores percibirán, además, sin

perjuicio de todas las remuneraciones a las que actualmente tienen derecho, una bonificación anual equivalente a

una remuneración básica mínima unificada para los trabajadores en general y una remuneración básica mínima

unificada de los trabajadores del servicio doméstico, respectivamente, vigentes a la fecha de pago, que será pagada

hasta el 15 de marzo en las regiones de la Costa e Insular; y, hasta el 15 de agosto en las regiones de la Sierra y

Amazónica. Para el pago de esta bonificación se observará el régimen escolar adoptado en cada una de las

circunscripciones territoriales.

La bonificación a la que se refiere el inciso anterior se pagará también a los jubilados por sus empleadores, a los

jubilados del IESS, pensionistas del Seguro Militar y de la Policía Nacional. Si un trabajador, por cualquier causa, saliere o fuese separado de su trabajo antes de las fechas mencionadas, recibirá la parte proporcional de la decimacuarta remuneración al momento del retiro o separación.”

PRESENTAR PLANILLA DE PAGO 14to. SUELDO

Base Legal: Reglamento sobre información del Pago de Remuneraciones Adicionales y Utilidades (Art. 5)

Reglamento para el pago y legalización de la 13ra., 14ta. Remuneraciones y del 15 % de

participación de Utilidades. (Acdo. 366 R.O. 285 de 6/Jun/2006) Art. 4.

Plazo: hasta el 30 de abril en las regiones de la Costa e Insular

hasta el 30 de septiembre en las regiones de la Sierra y Oriente

Obligación: Presentar en Dirección, Subdirección o Inspectorías del Trabajo,

Reporte de pago del Décimo

Cuarto Sueldo

DECIMATERCERA REMUNERACIÓN O BONO NAVIDEÑO

Base legal: Código del Trabajo (Art. 111)

Plazo: hasta el 24 de diciembre

Obligación: Pagar Décimo Tercer Sueldo

“ Art. 111.- Derecho a la decimatercera remuneración o bono navideño.- Los trabajadores tienen derecho a que sus

empleadores les paguen, hasta el veinticuatro de diciembre de cada año, una remuneración equivalente a la doceava parte

de las remuneraciones que hubieren percibido durante el año calendario.

La remuneración a que se refiere el inciso anterior se calculará de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 95 de este Código.

(Art. 95.- Sueldo o salario y retribución accesorio.- Para el pago de

indemnizaciones a que tiene derecho el trabajador, se entiende

como remuneración todo lo que el trabajador reciba en dinero, en servicios o en especies, inclusive lo que percibiére por

trabajos extraordinarios y suplementarios, a destajo, comisiones, participación en beneficios, el aporte individual al Instituto

Ecuatoriano de Seguridad Social cuando lo asume el empleador, o cualquier otra retribución que tenga carácter normal en la

industria o servicio.

Se exceptúan el porcentaje legal de utilidades, los viáticos o subsidios

ocasionales, la décima tercera, décima cuarta y

décima quinta remuneraciones, la compensación salarial y la bonificación

complementaria, y el beneficio que representan los

servicios de orden social.)

Art. 112.- Exclusión de la decimatercera remuneración.- El goce de la

remuneración prevista en el artículo anterior no se

considerará como parte de la remuneración anual para el efecto del pago de

aportes al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, ni

para la determinación del fondo de reserva y jubilación, ni para el pago de las

indemnizaciones y vacaciones prescritas

en este Código. Tampoco se tomará en cuenta para el cálculo del impuesto a la renta del trabajo. “

PRESENTAR PLANILLA DE PAGO 13er. SUELDO

Base Legal: Reglamento sobre información del Pago de Remuneraciones Adicionales y Utilidades (Art. 5)

Reglamento para el pago y legalización de la 13ra., 14ta. Remuneraciones y del 15 % de

participación de Utilidades (Acdo. 366 R.O. 285 de 6/Jun/2006) Art. 2.

Plazo: hasta el 8 de enero del año siguiente

Obligación: Presentar en Dirección, Subdirección o Inspectorías del Trabajo,

Reporte de pago del Décimo

Tercer Sueldo

FONDO DE RESERVA

Base legal: Código del Trabajo (Art. 201)

Plazo: hasta el 30 de septiembre

Obligación: Pagar Fondos de Reserva al IESS

FEDERACION HOTELERA DEL ECUADOR –AHOTEC Permisos, Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que deben cumplir los Establecimientos de Alojamiento ®

“ Art. 196.- Derecho al fondo de reserva.- Todo trabajador que preste servicios por más de un año tiene derecho a que el

empleador le abone una suma equivalente a un mes de sueldo o salario por cada año completo posterior al primero de sus

servicios. Estas sumas constituirán su fondo de reserva o trabajo capitalizado.

El trabajador no perderá este derecho por ningún motivo.

La determinación de la cantidad que corresponda por cada año de servicio se hará de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 95.”

(Art. 95.- Sueldo o salario y retribución accesorio.- Para el pago de

indemnizaciones a que tiene derecho el trabajador, se entiende

como remuneración todo lo que el trabajador reciba en dinero, en servicios o en especies, inclusive lo que percibiere por

trabajos extraordinarios y suplementarios, a destajo, comisiones, participación en beneficios, el aporte individual al Instituto

Ecuatoriano de Seguridad Social cuando lo asume el empleador, o cualquier otra retribución que tenga carácter normal en la

industria o servicio.

Se exceptúan el porcentaje legal de utilidades, los viáticos o subsidios

ocasionales, la décima tercera, décima cuarta y

décima quinta remuneraciones, la compensación salarial y la bonificación

complementaria, y el beneficio que representan los

servicios de orden social.)

Todo empleador de carácter privado y público tiene la obligación legal de depositar en el IESS los fondos de reserva por cada uno

de los trabajadores que estén a su cargo o servicio, por más de un año, el

depósito corre a partir del segundo año.

Los empleadores depositarán en el IESS, sección A privados y Obreros hasta el

30 de septiembre de cada año y su cómputo corre

desde el 1 de julio del año anterior hasta el 30 junio del año posterior. Para los servidores públicos se depositará en el IESS hasta el 30 de marzo de cada año. Su período corre del 1 de enero al 31 de diciembre de cada año. El fondo de reserva equivale a la doceava parte de la remuneración percibida por el trabajador durante un año de servicio, su computo es de acuerdo al Art. 95 del Código del Trabajo.

PAGAR 15 % UTILIDADES A EMPLEADOS

Base legal: Código del Trabajo (Art. 97 y 105)

Reglamento para el pago y legalización de la 13ra., 14ta. Remuneraciones y del 15 % de

participación de Utilidades (Acdo. 366 R.O. 285 de 6/Jun/2006) Arts. 5 al 21

Plazo: hasta el 15 de abril

Obligación: Pagar Utilidades a empleados

PRESENTAR PLANILLA DE PAGO 15 % UTILIDADES

Base legal: Código del Trabajo (Art. 105)

Reglamento para el pago y legalización de la 13ra., 14ta. Remuneraciones y del 15 % de

participación de Utilidades (Acdo. 366 R.O. 285 de 6/Jun/2006) Arts. 5 al 21. -

Reforma Reg.

(Acdo. 029 . R.O 37 de 9/Mar/2007)

Plazo: hasta el 30 de abril

Obligación: Pagar Utilidades a empleados

UNIFORMES PARA EL PERSONAL

Base legal: Código del Trabajo (Art. 42, No. 29)

Obligación: Suministrar cada año uniformes para el personal

REMUNERACIONES A EMPLEADOS

Base legal: Código del Trabajo (Arts. 83, 86, 87 y 96)

Plazo: último día del mes

Obligación: Pagar Remuneraciones a empleados

APORTES SEGURO SOCIAL EMPLEADOS

Base legal: Código del Trabajo (Art. 42)

Plazo: hasta el 15 de cada mes

Obligación: Pagar al IESS planilla de aportes del seguro social de empleados (patronal y personal)

Pagar al IESS planilla de descuento por préstamos de empleados

REPARTIR 10 % POR SERVICIO

Base legal: Decreto No. 1269, R.O. 295 de 25/10/71 (vigente > crea el 10 %); Ley 2002-97 (Ley de Turismo

reforma Decreto 1269), R.O. 733 Sup. de 27/12/02 (vigente); Acuerdo No. 0007 – MINTRA

(Reglamento), R.O. 36 de 8/03/07 (vigente > reglamenta recaudación, control y reparto)

Plazo: hasta el 15 del mes siguiente al cual corresponde el pago

Obligación: Repartir 10 % por servicios a los empleados (Ver Informativo)

PRESENTAR PLANILLA DE PAGO 10 % POR SERVICIO

Base legal: Acuerdo No. 0007 (Reglamento), R.O. 36 de 8/03/07 (vigente > reglamenta recaudación, control y reparto)

Plazo: En las fechas que se entrega el reporte por pago del 13ro., 14to. y Utilidades. (ver cuadro)

Obligación: Entregar copias de las planillas de pago del 10 % por servios en Inspectorias de Trabajo de su respectiva jurisdicción (Ver Informativo)

FEDERACION HOTELERA DEL ECUADOR –AHOTEC Permisos, Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que deben cumplir los Establecimientos de Alojamiento ®

FECHAS DE ENTREGA DE COPIAS DE PLANILLAS DE PAGO DEL 10 % SERVICIOS – TIP

EN LAS DIRECCIONES, SUBDIRECCIONES O INSPECTORÍAS DEL TRABAJO

Años Se entrega Para Costa e Insular Para Sierra y Oriente

Con declaración Utilidades Planillas de enero a marzo / 2007, 2007 entregar hasta el 30 / Abril / 2007

Con declaración 14to. Sueldo - Planillas de abril a agosto / 2007, entregar hasta el 30 / Septiemb/ 2007

Con declaración 13er. Sueldo Planillas de abril a noviembre del 2007, entregar hasta

el 8 / Enero / 2008

Planillas de septiembre a noviembre del 2007, entregar hasta el 8 / Enero / 2008

Con declaración Utilidades Planillas de diciembre 2007 a marzo 2008, entregar hasta 30 / Abril / 2008 2008

Con declaración 14to. Sueldo - Planillas de abril a agosto / 2008, entregar hasta el 30 / Septiemb/ 2008

2009 Con declaración 13er. Sueldo Planillas de abril a noviembre del 2008, entregar hasta

el 8 / Enero / 2009

Planillas de septiembre a noviembre del 2008, entregar hasta El 8 / Enero / 2009

NOTAS:

a) Los establecimientos que no hayan entregado en el 2007 las planillas del 10 % en las Inspectorías de Trabajo, deberán hacerlo hasta el próximo 8 de enero del 2008, junto con el reporte del 13er. Sueldo.

b) Este cuadro fue elaborado por AHOTEC para facilitar el cumplimiento de esta obligación.

APLICAR PORCENTAJE DE DISCAPACITADOS EN NOMINA

Base legal: Ley Reformativa al Código del Trabajo / Registro Oficial No. 198 Del 30 de Enero de 2006.

Ley sobre Discapacidades / Reglamento General a la Ley sobre Discapacidades
Plazo: 2007 > 1% / 2008 > 2 % / 2009 > 3 % / 2010 > 4 % - Ver cuadro

Obligación: Contratar trabajadores discapacitados

Sanción: 10 RBMU (Remuneración Básica Unificada Mínima) > US\$ 2000,00 para el 2008

NÚMERO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD QUE SE DEBE CONTRATAR

Obligación Período

Si la empresa tiene 25 trabajadores, 1 discapacitado del 31 de enero del 2006 al 30 de enero del 2007

Por cada 100 trabajadores, 1 discapacitado del 31 de enero del 2007 al 30 de enero del 2008

Por cada 100 trabajadores, 2 discapacitados del 31 de enero del 2008 al 30 de enero del 2009

Por cada 100 trabajadores, 3 discapacitados del 31 de enero del 2009 al 2 de enero del 2010

Por cada 100 trabajadores, 4 discapacitados del 31 de enero del 2010 en adelante

NOTA: Este cuadro fue elaborado por AHOTEC para una mejor comprensión de esta obligación.

TENER DISPENSADOR DE PRESERVATIVOS

Base legal: Acdo. 396 de 5 /01/2007; Acdo. 299 de 20/06/2007 (reforma el Acdo. 396); Acdo. 680 de

12/11/2007 (reforma el Acdo. 299) > Art. 2, literal b); Arts. 14 y 16

Plazo: dentro de los 180 primeros días de cada año. Para el 2008 hasta el 28 de junio. (El control del

cumplimiento de esta obligación se realizará conjuntamente con el control sanitario del 2008).

Obligación: Tener un dispensador de preservativos en el baño público del establecimiento, a costa del usuario

CONTRIBUCIÓN 1 X MIL A LOS ACTIVOS FIJOS (FMPTE)

Base legal: Ley de Turismo (Art. 40) y su Reglamento General de Aplicación (Art. 77)

Plazo: hasta el 31 de julio de cada año

Obligación: Pagar en el Ministerio de Turismo la contribución del 1 por mil a los activos fijos

CONTRIBUCIÓN 1 X MIL ACTIVOS REALES

Base legal: Ley de Compañías (Arts. 449. 450 y 451)

Plazo: hasta el 30 de septiembre de cada año

Obligación: Pagar contribución a la Superintendencia de Compañías (1 por mil a los activos reales) al año de funcionamiento

Nota: Nueva Tabla para 2008 / R.O. 401 DE 12.08.08 / (ver Circular AHOTEC 073-2008)

PRESENTAR BALANCES

Base legal: Ley de Compañías (Art. 20)

Plazo: hasta el 30 de abril de cada año

Obligación: Presentar a la Superintendencia de Compañías Balance Anual, estado de Pérdidas y Ganancias;

memorias e informes de los administradores y de organismos de vigilancia;

nómina de los

administradores, representantes legales y socios o accionistas.

FEDERACION HOTELERA DEL ECUADOR –AHOTEC Permisos,

Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que

deben cumplir los Establecimientos de Alojamiento ®

IMPUESTO A LOS ACTIVOS TOTALES (1,5 X MIL)

Base legal: Ley 006 de Control Tributario Financiero (Arts. 32 y 34)

Plazo: hasta 30 días laborables después de la fecha límite establecida para la declaración del impuesto a

la renta.

Obligación: Pagar al respectivo Municipio (1,5 por mil a los activos totales)

IMPUESTO PREDIAL

Base Legal: Ley de Régimen Municipal; y, Código Municipal del respectivo Cantón

Plazo: hasta el 31 de junio (sin recargos)

Obligación: Pagar al respectivo Municipio el Impuesto Predial

MATRICULACIÓN DE VEHÍCULOS

Base Legal: Ley Impuesto a los Vehículos (Art. 8)

Plazo: hasta el 31 de julio (sin recargos)

Obligación: Matricular vehículos en respectiva Jefatura Provincial de Tránsito

REVISION TECNICA VEHICULAR (solo QUITO)

Base legal: Ordenanza Metropolitana 146 “Del Medio Ambiente“. Capítulo. III: Para el control de la

contaminación vehicular.

Plazo: Los vehículos que circulen en el Distrito Metropolitano de Quito de propiedad pública o privada,

deberán ser sometidos a la revisión técnica vehicular conforme al siguiente calendario,

dependiendo del último dígito de la placa: 0 en marzo, 1 en abril, 2 en mayo, 3 en junio, 4 en julio,

5 en agosto, 6 en septiembre, 7 en octubre, 8 en noviembre, 9 en diciembre

Obligación: Realizar la Revisión Técnica Vehicular

Sanción: Multa mensual acumulativa de USD \$ 10,00 (Art. II.379)

CONTRATAR SEGURO OBLIGATORIO DE ACCIDENTES DE TRANSITO (SOAT) PARA VEHICULOS

Base legal: Ley de Tránsito y Transporte Terrestre / Reglamento para el SOAT.

Plazo: Hasta el 31 de marzo de cada año

Obligación: Contratar SOAT con empresas aseguradoras

Sanción: No podrá matricular vehículos

DERECHOS AUTORES Y COMPOSITORES

Base Legal: Ley de Propiedad Intelectual; Pliego Tarifario: Res 009 (R.O. 290 de 22/03/01)

Plazo: hasta el 30 de abril (con descuento - Convenio)

Obligación: Pagar a SAYCE derechos por difusión pública de música (Consultar Convenio FENACAPTUR-SAYCE)

DERECHOS PRODUCTORES DE FONOGRAMAS

Base Legal: Ley de Propiedad Intelectual; Pliego Tarifario: Res. 021 (R.O. 653 de 2/09/02)

Plazo: hasta el 30 de abril (con descuento - Convenio)

Obligación: Pagar a SOPROFON derechos de productores de fonogramas ([Consultar Convenio AHOTEC-SOPROFON](#))

REPORTES ESTADISTICOS

Base Legal: Ley de Turismo (Art. 57); Reglamento de Aplicación Ley de Turismo (Art. 58); Ley de Cámaras de Turismo y su Reglamento

Plazo: hasta el 10 de cada mes

Obligación: Remitir al Ministerio de Turismo ó Gerencias Regionales o Provinciales la información estadística de ocupación

REPORTES DE HUESPEDES

Base Legal: Código Penal (Art. 605, No. 1 y 2); Ley de Migración (Art 32)

Plazo: Diario

Obligación: Remitir reporte de huéspedes a: Intendencia General de Policía; Dirección Provincial de Salud;

Policía Técnica Judicial; Migración; Dirección Nacional de Investigación; Seguridad Pública;

INTERPOL (Consultar formato de reporte)

El reporte de huéspedes debe contener al menos la siguiente información: No. habitación ocupada

por el huésped, Nombres y Apellidos del huésped, No. de cédula o pasaporte, nacionalidad,

domicilio, procedencia, estado civil, profesión, clase de visa otorgada por Migración, fecha y hora

de ingreso, fecha y hora de salida.

IMPUESTO POR ESPECTÁCULOS PUBLICOS

Base Legal: Ley Orgánica de Régimen Municipal (Art. 378)

Obligación: Pagar diez por ciento sobre el valor del precio de las entradas vendidas de los espectáculos públicos

FEDERACION HOTELERA DEL ECUADOR –AHOTEC Permisos, Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que deben cumplir los Establecimientos de Alojamiento ®

TASA SERVICIOS TURISTICOS

Base Legal: Ordenanza 243 – Municipio de Quito (R.O. 290 de 7/03/08)

Plazo: Mensual (hasta el 15 del mes siguiente)

Obligación: Los titulares de los establecimientos de alojamiento turístico deberán recaudar, declarar y pagar las

tasas recaudadas en el mes inmediatamente anterior al de la fecha de declaración. Los titulares de

los establecimientos turísticos registrarán en los comprobantes de venta, al momento de su

emisión, separadamente y luego de las liquidaciones tributarias pertinentes, la tasa devengada, y efectuarán la correspondiente recaudación del valor de las tasas. No se aplicará el impuesto al valor agregado sobre el monto de la tasa generada.

Los titulares de los establecimientos turísticos transferirán directamente los valores recaudados por concepto de la tasa de alojamiento a la cuenta que se habilite para el Fondo de Promoción y

Desarrollo Turístico del Distrito Metropolitano de Quito. Esta obligación habrá de cumplirse hasta el día 15 de cada mes por los valores recaudados en el mes inmediatamente anterior a la fecha de declaración.

Cuando el contribuyente pague la tasa por medio de tarjeta de crédito, los cargos que aplica el administrador de la tarjeta de crédito o quien lo represente serán descontados del valor recaudado.

Cuota: Las tasas deben exigirse por aplicación de una tarifa fija por el número de pernoctaciones que se haga en los establecimientos de alojamiento turístico. La cuota se determinará de acuerdo con la siguiente tabla:

- Establecimientos de lujo USD/pernoctación = 2,00
 - Establecimientos de primera categoría USD/pernoctación = 1,00
- Los recursos económicos que provengan de la aplicación de la tasa ingresarán al Fondo de

Promoción y Desarrollo Turístico del Distrito Metropolitano de Quito.

Establecimientos obligados: El tributo se causa en razón del número de pernoctaciones, contadas por número de noches y por habitación ocupada, que haya hecho el usuario en los siguientes tipos

y subtipos de establecimientos de alojamiento:

- Hoteles de 5 estrellas o lujo y Hoteles de 4 estrellas o primera categoría; y,
- Hoteles residencia de 4 estrellas o primera categoría;
- Hotel apartamento de 4 estrellas o primera categoría;
- Hostal de 3 estrellas o primera categoría;
- Hostal residencia de 3 estrellas o primera categoría; y,
- Hosterías de 3 estrellas o 1ra. categoría; todos situados dentro del territorio del D.M. de Quito.

Se entiende por pernoctación cada noche que una habitación sea ocupada en el establecimiento.

Se considerará que una habitación ha sido ocupada en el establecimiento, al menos por una noche

(una pernoctación), desde el registro de ingreso del usuario, aun cuando se hubiese registrado la salida del usuario en el mismo día.

No se genera la tasa en el caso de alojamiento de cortesía o por concesión de gratuidades.

“Permisos, Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que deben cumplir los Establecimientos de Alojamiento “

Investigación y Elaboración: Diego Utreras Hidalgo, Director Ejecutivo AHOTEC

Fuente: Registros Oficiales, Archivos AHOTEC

La reproducción total o parcial de este documento está permitida, previa autorización del Autor.

Derechos reservados 2009 ®

8	9	10	11	12	13	14	15
\$ 2.327.409,72	\$ 2.397.232,01	\$ 2.469.148,97	\$ 2.543.223,44	\$ 2.619.520,15	\$ 2.698.105,75	\$ 2.779.048,92	\$ 2.862.420,39
-\$ 166.768,91	-\$ 170.104,28	-\$ 173.506,37	-\$ 176.976,50	-\$ 180.516,03	-\$ 184.126,35	-\$ 187.808,87	-\$ 191.565,05
-\$ 194.805,60	-\$ 181.523,40	-\$ 168.241,20	-\$ 154.959,00	-\$ 141.676,80	-\$ 128.394,60	-\$ 115.112,40	-\$ 101.830,20
-\$ 140.000,00	-\$ 140.000,00	-\$ 140.000,00	-\$ 140.000,00	-\$ 140.000,00	-\$ 140.000,00	-\$ 140.000,00	-\$ 140.000,00
\$ 1.825.835,22	\$ 1.905.604,33	\$ 1.987.401,40	\$ 2.071.287,95	\$ 2.157.327,32	\$ 2.245.584,80	\$ 2.336.127,65	\$ 2.429.025,14
-\$ 620.783,97	-\$ 647.905,47	-\$ 675.716,48	-\$ 704.237,90	-\$ 733.491,29	-\$ 763.498,83	-\$ 794.283,40	-\$ 825.868,55
\$ 140.000,00	\$ 140.000,00	\$ 140.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 1.345.051,24	\$ 1.397.698,86	\$ 1.451.684,93	\$ 1.367.050,04	\$ 1.423.836,03	\$ 1.482.085,97	\$ 1.541.844,25	\$ 1.603.156,59
0	0	0					
\$ 1.345.051,24	\$ 1.397.698,86	\$ 1.451.684,93	\$ 1.367.050,04	\$ 1.423.836,03	\$ 1.482.085,97	\$ 1.541.844,25	\$ 1.603.156,59

Rendimiento esperado: 5%.

Estado de pérdidas y ganancias

Hostería Spa T`inpuxyaku PyG Ejercicio terminado 31 Diciembre 2014		
Flujos de Efectivo Provenientes de Operación		
	\$	
Efectivo por Ventas paquetes Hab.	1.831.500,00	
Efectivo por ventas de Paquetes Tur.	\$ 25.903,36	
Efectivo por venta de serv. Spa	\$ 34.993,73	
Efectivo proporcionado por Operación		\$ 1.892.397,0 9
Efectivo Desembolsado para Operaciones		
	-\$	
Efectivo pagado a Empleados	293.677,76	
Efectivo pagado a Proveedores	-\$	
Efectivo pagado en Operaciones	141.715,20	
	-\$	
Efectivo pagado en op. Tur.	104.064,00	
	\$	
Efectivo pagado por SPA	48.106,24	
	\$	
Efectivo pagado por SPA	52.490,59	
	-\$	
Intereses Pagados (préstamo L.P)	199.233,00	
	-\$	
Intereses Accionistas	22.137,00	
	-\$	
Impuestos Sobre la Renta	643.415,01	
Efectivo desembolsado por actividades Op.		-\$ 1.303.645,1 4
Flujo de Efectivo Neto por Operación		\$ 588.751,95
Flujo de Efectivo por actividades Financieras		
Pago de Préstamo Bancario (L.P)	-\$	

Dividendos Pagados (7%) Efectivo desembolsado act. Financieras	88.548,00	-\$ 88.548,00
----------------------------------------------------------------------	-----------	------------------

Utilidad Neta		\$ 500.203,95
----------------------	--	--------------------------

Ut. Final ejercicio	\$ 500.203,95
------------------------	--------------------------

- **Anexo C**

Monto del Préstamo Bancario: \$1.328.220,00

Interés: 15%

Año	saldo Inicial	Pago total	Interés pagado	Principal pagado	Saldo final
1	\$ 1.328.220,00	\$ 287.781,00	\$ 199.233,00	\$ 88.548,00	\$ 1.239.672,00
2	\$ 1.239.672,00	\$ 274.498,80	\$ 185.950,80	\$ 88.548,00	\$ 1.151.124,00
3	\$ 1.151.124,00	\$ 261.216,60	\$ 172.668,60	\$ 88.548,00	\$ 1.062.576,00
4	\$ 1.062.576,00	\$ 247.934,40	\$ 159.386,40	\$ 88.548,00	\$ 974.028,00
5	\$ 974.028,00	\$ 234.652,20	\$ 146.104,20	\$ 88.548,00	\$ 885.480,00
6	\$ 885.480,00	\$ 221.370,00	\$ 132.822,00	\$ 88.548,00	\$ 796.932,00
7	\$ 796.932,00	\$ 208.087,80	\$ 119.539,80	\$ 88.548,00	\$ 708.384,00
8	\$ 708.384,00	\$ 194.805,60	\$ 106.257,60	\$ 88.548,00	\$ 619.836,00
9	\$ 619.836,00	\$ 181.523,40	\$ 92.975,40	\$ 88.548,00	\$ 531.288,00
10	\$ 531.288,00	\$ 168.241,20	\$ 79.693,20	\$ 88.548,00	\$ 442.740,00
11	\$ 442.740,00	\$ 154.959,00	\$ 66.411,00	\$ 88.548,00	\$ 354.192,00
12	\$ 354.192,00	\$ 141.676,80	\$ 53.128,80	\$ 88.548,00	\$ 265.644,00
13	\$ 265.644,00	\$ 128.394,60	\$ 39.846,60	\$ 88.548,00	\$ 177.096,00
14	\$ 177.096,00	\$ 115.112,40	\$ 26.564,40	\$ 88.548,00	\$ 88.548,00
15	\$ 88.548,00	\$ 101.830,20	\$ 13.282,20	\$ 88.548,00	\$ -
	Total Pagado	\$ 2.922.084,00			

- Anexo D

Vista desde el Spa



Vista desde las Cabañas





- **Anexo E**

Planos y Renderización

PLANTA BAJA

HOTEL – SPA

1 de 11

PLANTA ALTA

HOTEL – SPA

2 de 11

PLANTA BAJA

HOTEL

3 de 11

PLANTA ALTA

HOTEL

4 de 11

FACHADA FRONTAL – HOTEL

FACHADA POSTERIOR – HOTEL

FACHADA LATERAL IZQUIERDA – HOTEL

FACHADA LATERAL DERECHA - HOTEL

5 de 11

PLANTA BAJA

SPA

6 de 11

PLANTA CABAÑAS

FACHADA FRONTAL

FACHADA LATERAL

7 de 11

COMPLEJO HOTELERO

8 de 11



SUITES Y HOTEL

9 de 11



SPA

10 de 11



HABITACIONES Y CABAÑAS

11 de 11



IV. BIBLIOGRAFÍA

- *“Factibilidad y Viabilidad”*. Estudio de Factibilidad y Proyectos. 27 de septiembre de 2010. 13 de marzo de 2013.
<http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>
- *“Estadísticas Demográficas: Cotopaxi”*. Instituto nacional de estadísticas y censos. N.F. 7 de marzo de 2013.
<http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>
- *“Permisos, Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que deben cumplir los Establecimientos de Alojamiento”*. Federación Hotelera del Ecuador – AHOTEC-. 2009. 13 de marzo de 2013.
<http://www.hotelesecuador.com/downloads/Permisos%20y%20obligaciones.pdf>
- *“Economía de Ecuador se desacelerará para el 2013”*. El Universo. 24 de octubre de 2012. 12 de marzo de 2012.
<http://www.eluniverso.com/2012/10/24/1/1356/economia-ecuador-desacelerara-2013.html>
- *“La experiencia turística en el Ecuador”*. Ministerio de turismo del Ecuador. N.F. 12 de marzo de 2013.
https://attachment.fsbx.com/file_download.php?id=139746599533875&eid=ASsCaAy4lCdEr3HCQfWZpuMP6r8ADbjgRIR4VFisIsOSE_HMMg77M9pyC1u3llxZzs&inline=1&ext=1366756542&hash=AStCecYWT0dRwhaE
- Lovelock, Christopher and Wirtz, Jochen; *Services Marketing, People, Technology, Strategy* Seventh Edition, Pearson Prentice Hall, 2007.
- Robbins, Stephen; Judge, Timothy; *“Comportamiento Organizacional”*, 13va ed.; Pearson Prentice Hall; 2009
- *“Servicios del Ministerio de Turismo”*. Ministerio de Turismo. N.F. 30 de abril de 2013.
http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/?option=com_content&view=article&id=30