



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y
TURISMO

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN ALOJAMIENTO
TURÍSTICO TIPO HOSTAL 3 ESTRELLAS, EN EL SECTOR
CENTRO HISTÓRICO, QUITO.

AUTOR

GLORIA NICOLE AGUILAR HIDALGO

AÑO

2020



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN ALOJAMIENTO
TURÍSTICO TIPO HOSTAL 3 ESTRELLAS, EN EL SECTOR CENTRO
HISTÓRICO, QUITO.

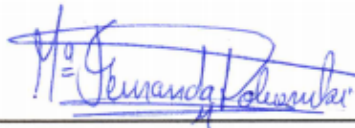
Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Ingeniería en Administración de
Empresas Hoteleras y Turísticas – GLION.

Profesor Guía
María Fernanda Dobronsky Álvarez

Año
2020

DECLARACIÓN DOCENTE GUIA

"Declaro haber dirigido el trabajo, plan de negocios para la creación de un alojamiento turístico tipo hostel 3 estrellas, en el sector Centro Histórico de Quito, mediante reuniones periódicas con la estudiante Gloria Nicole Aguilar Hidalgo, en el año 2020, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los trabajos de titulación".



María Fernanda Dobronsky Álvarez

C.I. 1705366472

DECLARACIÓN DOCENTE CORRECTOR

“Declaro haber revisado el trabajo, plan de negocios para la creación de un alojamiento turístico tipo hostel 3 estrellas, en el sector Centro Histórico de Quito, mediante reuniones periódicas con la estudiante Gloria Nicole Aguilar Hidalgo, en el año 2020, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los trabajos de titulación”.



Cosme Alonso Marín Niño
Economista-MBA.
C.I.0923342976

DECLARACIONES DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.



Gloria Nicole Aguilar Hidalgo

C.I. 1721709333

AGRADECIMIENTOS

“Porque el agradecimiento es la memoria del corazón” (TESELAO)

Primeramente, quiero agradecer a Dios, que gracias a su bendición y fuerza he podido culminar mi carrera con éxito.

A mis padres Gonzalo Aguilar y Mireya Hidalgo, que, gracias a su esfuerzo y apoyo brindado, he podido lograr cada uno de mis sueños y metas propuestas. Gracias por ser mi motivo de triunfo, porque sin la ayuda de ustedes nada de esto sería posible.

A Vladimir Tipán y Pamela Novoa, gracias por toda su paciencia, y apoyo brindado dentro de mi proceso académico.

Gracias a mis maestros y compañeros, por tantas enseñanzas y hermosas experiencias vividas dentro de esta etapa.

Gracias a todas estas personas por ser parte de este nuevo logro.

DEDICATORIA

Quiero dedicar este nuevo logro a mis padres, gracias por todas sus enseñanzas, valores y sobre todo gracias por su amor.

Ustedes son mi motivo de seguir adelante.

Porque esto solo es el comienzo.

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo principal, presentar el plan de negocios para la creación de una empresa de alojamiento turístico tipo hostel de 3 estrellas, ubicada en el Centro Histórico de la ciudad de Quito. Este proyecto presenta cinco capítulos con información relevante para el desarrollo del mismo. En primera parte, se ha realizado un marco teórico con los temas más importantes a estudiarse, además de esto, el plan de negocios presentará un plan estratégico, plan operativo, plan de marketing, y finalmente plan financiero. Cada uno de estos puntos señalados, nos indicarán si el proyecto nombrado es viable o no.

En el plan estratégico encontraremos información general sobre el proyecto exhibido, dentro de este capítulo se indicarán puntos esenciales sobre los objetivos planteados y las metas a las que se quiere alcanzar. Dentro de esta sección se encontrará la estructura organizacional de Aguilar Hostel, cada uno de estos colaboradores con sus respectivas funciones dentro de la empresa. Asimismo, se ha realizado un análisis de competitividad con los principales rivales, se ha detallado las principales fortalezas, debilidades, oportunidades, y amenazas del proyecto. Finalmente, podremos observar la propuesta de valor y como se diferenciará el proyecto frente a la competencia.

En el tercer capítulo tenemos el plan de marketing, para esta sección se ha realizado un estudio de mercado utilizado un enfoque mixto. Se realizó 42 encuestas a personas extranjeras, principalmente de, Alemania, Estados Unidos, Brasil y España. Dentro de esta investigación se pudo conseguir datos informativos sobre el perfil del cliente al que va a estar dirigido el establecimiento. De igual manera, dentro de esta sección encontraremos imagen corporativa, logo y slogan de la empresa. Finalmente, se han señalado cada una de las estrategias que se usarán para dar a conocer el establecimiento.

En el capítulo número cuatro del proyecto presentado, se hallará el plan operativo del establecimiento, dentro de esta sección se enmarcarán las acciones a realizarse a largo plazo, para de esta manera cumplir los objetivos planteados. Además, podremos encontrar ubicación del establecimiento, capacidad, distribución espacial, equipamiento, ciclo de operación y plan de calidad. Esto facilitará a que el establecimiento cumpla con cada uno de los estándares planteados, logrando así ofrecer un producto, y servicio de calidad.

Finalmente, en el quinto capítulo tenemos el plan financiero de Aguilar Hostal, es aquí donde encontraremos datos numéricos, capital inicial que necesitará el proyecto para poder desarrollarse, no obstante, una vez realizado el plan financiero, podremos obtener datos sobre pérdidas y ganancias del proyecto, en este caso el VAN y el TIR nos han dado datos positivos, lo que quiere decir que el proyecto es viable.

ABSTRACT

The main objective of this project is to present the business plan for the creation of a 3-star hostel-type tourist accommodation company, located in the Historic Center of the Quito city. This project presents five chapters with relevant information for its development. In the first part, a theoretical framework has been made with the most important topics to be studied, in addition to this, the business plan will present a strategic plan, operational plan, marketing plan and finally financial plan. Each of these points indicated will indicate whether the named project is viable or not.

In the strategic plan we will find general information about the exhibited project, within this chapter essential points will be indicated on the objectives set and the goals to be achieved. Within this section you will find the organizational structure of Aguilar Hostal, each of these collaborators with their respective functions within the company. Likewise, a competitiveness analysis has been carried out with the main rivals, the main strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the project have been detailed. Finally, we can see the value proposition and how the project will differ from the competition.

In the third chapter, we have the marketing plan, for this section a market study has been carried out using a mixed approach, 42 surveys were carried out on foreign people, mainly from Germany, United States, Brazil and Spain. Within this investigation, informative data could be obtained on the profile of the client to whom the establishment will be directed. Likewise, within this section we will find the corporate image, logo, and slogan of the company. Finally, each of the strategies that will be used to publicize the establishment have been identified.

In chapter number four of the project presented, the operational plan of the establishment will be found, within this section the actions to be carried out in the long term will be framed, in order to meet the stated objectives. In addition,

we can find the location of the establishment, capacity, spatial distribution, equipment, cycle of operation and quality plan. This will make it easier for the establishment to comply with each of the established standards, thus managing to offer a quality product and service.

Finally, in the fifth chapter we have Aguilar Hostel's financial plan, this is where we will find numerical data, the initial capital that the project will need to be able to develop, however, once the financial plan has been made, we will be able to obtain data on the project's profit and loss. In this case, the NPV and the IRR have given us positive data, which means that the project is viable.

ÍNDICE

TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
INTRODUCCIÓN.....	1
Formulación del problema	3
Pregunta general	3
Pregunta específica.....	3
JUSTIFICACIÓN	4
OBJETIVOS	5
Objetivo general	5
Objetivos específicos.....	5
METODOLOGÍA.....	5
Tipo de investigación.....	5
MÉTODOS Y TÉCNICAS	6
1. CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	6
2. CAPÍTULO II. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	11
2.1 NATURALEZA DEL NEGOCIO	11
2.2 ESTRATEGIA GENÉRICA	11
2.3 MISIÓN	12
2.3.1 VISIÓN.....	12
2.3.2 OBJETIVOS EMPRESARIALES.....	12
2.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	13
2.4.1 DESCRIPCIÓN LABORAL.....	14
2.5 INFORMACIÓN LEGAL.....	15
2.6 ANALISIS DEL ENTORNO PESTA.....	16

2.6.1	POLÍTICO	16
2.6.2	SOCIAL.....	17
2.6.3	TECNOLÓGICO.....	18
2.6.4	AMBIENTAL.....	18
2.7	ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD PORTER.....	19
2.7.1	RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES.....	19
2.7.2	PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES ...	20
2.7.3	PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS COMPRADORES ..	21
2.7.4	AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES.	21
2.7.5	PRODUCTOS SUSTITUTOS	21
2.8	FODA	21
2.9	PROPUESTA DE VALOR O VENTAJA COMPETITIVA...	22
3.	CAPÍTULO III. PLAN DE MARKETING.....	23
3.1	MERCADO POTENCIAL	23
3.1.1	BREVE RESUMEN DE ANÁLISIS DE RESULTADO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	24
3.1.2	RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVOS	25
3.1.3	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVOS.....	25
3.1.4	PERFIL DEL CLIENTE	27
3.2	IMAGEN CORPORATIVA.....	28
3.2.1	LOGO.....	29
3.2.2	ESLOGAN.....	29
3.2.3	COLORES CORPORATIVOS.....	29
3.3	SERVICIO Y PRODUCCIÓN.....	29
3.4	PLAZA Y DISTRIBUCIÓN	30
3.5	PROMOCIÓN.....	30
3.5.1	Publicidad	30
3.6	PRECIO	31
3.7	PERSONAL.....	32
4.	CAPITULO IV. PLAN OPERATIVO.....	33

4.1 ESTRATEGIA DE OPERACIÓN	33
4.2 LOCALIZACIÓN	34
4.3 CAPACIDAD INSTALADA	34
4.4 DISTRIBUCIÓN ESPACIAL Y NECESIDADES DE EQUIPAMIENTO.....	35
4.4.1 NECESIDADES DE EQUIPAMIENTO	37
4.5 CICLO DE OPERACIONES/ DIAGRAMA DE FLUJO DE OPERACIONES	37
4.6 POLÍTICA DE CALIDAD	38
4.6.1 PROCESO DE SERVICIO:.....	39
5. CAPITULO V. EVALUACIÓN FINANCIERA	39
5.1 INVERSIÓN INICIAL, ESTRUCTURA DE CAPITAL	39
5.2 ESTRUCTURA DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES	41
5.3 CAPITAL DE TRABAJO INICIAL	42
5.4 PRESUPUESTO DE NÓMINA PROYECTADA A 5 AÑOS ..	42
5.5 ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS	43
5.6 PROYECCIÓN DE VENTAS A 5 AÑOS	44
5.7 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.....	45
5.8 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS A 5 AÑOS.....	45
5.9 FLUJO DE CAJA PROYECTADA (5 AÑOS DEFINIR TASA DE DESCUENTO).....	46
5.10 PUNTO DE EQUILIBRIO (EN UNIDADES O DINERO)	47
5.11 EVALUACIÓN DE RENTABILIDAD MEDIANTE EL (VAN Y TIR)	47
6. CONCLUSIONES	48
REFERENCIAS	50

ANEXO.....	53
------------	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Estructura organizacional por departamentos	13
Figura 2 Estructura organizacional por puestos	14
Figura 3 Logotipo	29
Figura 4. Ubicación de Aguilar Hostal. Adaptado de google maps, (s,f)	34
Figura 5 Distribución espacial	36
Figura 6 Distribución espacial 3D.....	36
Figura 7. Vista arquitectónica habitaciones	36
Figura 8. Vista arquitectónica habitaciones 3D	37
Figura 9. Ciclo de operación desde que llega el cliente	38
Figura 10. Ciclo de operación salida del cliente	38

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Rivalidad entre competidores	19
Tabla 2 Análisis FODA.....	21
Tabla 3 Perfil de turista quiteño.....	23
Tabla 4 Perfil de cliente Aguilar Hostal.....	27
Tabla 5 Descripción de habitaciones Aguilar hostel	31
Tabla 6 Horarios de atención de Aguilar Hostal	35
Tabla 7 Estructura e inversión inicial de Aguilar Hostal.....	40
Tabla 8 Gastos pre operacionales Aguilar Hostal	40
Tabla 9 Estructura de costos fijos y variables	41
Tabla 10 Gastos administrativos Aguilar Hostal	41
Tabla 11 Gastos de ventas y gastos generales de Aguilar Hostal	41
Tabla 12 Costos totales de Aguilar Hostal.....	42
Tabla 13 Capital de trabajo	42
Tabla 14 Presupuestos de nómina de Aguilar Hostal.....	43
Tabla 15 Establecimiento de precios.....	43
Tabla 16 Precios de habitaciones de Aguilar Hostal	44
Tabla 17 Proyección de ventas de Aguilar Hostal	45
Tabla 18 Estado de situación inicial de Aguilar Hostal	45
Tabla 19 Estado de pérdidas y ganancias de Aguilar Hostal a 5 años.....	46
Tabla 20 Flujo de caja de Aguilar Hostal, proyectada a 5 años.....	46
Tabla 21 Punto de equilibrio de Aguilar Hostal.....	47
Tabla 22 Punto de equilibrio.....	48

TEMA DE INVESTIGACIÓN

Plan de negocios para la creación de un alojamiento turístico tipo hostel 3 estrellas, en el sector Centro Histórico de Quito.

INTRODUCCIÓN

El 8 de septiembre de 1978, Quito fue declarada por las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), Patrimonio Cultural de la Humanidad, su centro histórico es uno de los mejores conservados y el más extenso de América, conserva importantes muestras de arte, pintura y escultura religiosa (Zambrano R. , 2006). El Centro Colonial de Quito tiene alrededor de quince iglesias–conventos, más de diez plazas y un número no muy alto de edificaciones de vivienda de la época colonial; gran parte de estas edificaciones, civiles o de vivienda, corresponde a la época republicana (Carrión, 2007).

El turismo para el Ecuador es uno de los sectores más importantes para el país ya que ayuda con una contribución directa del 2% del PIB hacia el Ecuador (Ministerio del Turismo, 2018). En tal sentido, la estadística demuestra un crecimiento sostenido de llegada de turistas internacionales a la capital, en el año 2018 fue de 692.492 personas, con un estimado para el año en curso de 707.942, y una proyección para el 2020 de 770.180 turistas; cabe destacar que, el lugar urbano más visitado es el centro histórico con 440.226 visitantes, siendo esto el 67,43% de turistas (Quito Turismo, 2019).

Según Quito Turismo, el 55% turistas viajan solos y se encuentran en un rango de 17 y 30 años de edad, lo que demandan principalmente este tipo de turista es un lugar cómodo para descansar, una buena ducha, una alta señal de conectividad a internet (wifi, música, tecnología en general), y sobre todo estar cerca de los lugares de visita (Quito Turismo, 2019).

Actualmente, de los 3774 establecimientos turísticos urbanos de Quito, 535 son hostales, los que se ubican en las siguientes categorías: 3 estrellas – 27 establecimientos, 2 estrellas – 285 establecimientos, 1 estrella – 223 establecimientos, que en conjunto suman 411 habitaciones y 842 plazas (Quito Turismo, 2019). Específicamente sobre el centro histórico, se tiene que, la tasa de ocupación hotelera para hostales de tres estrellas de la cual es parte el objeto del presente estudio, es del 31,6%; y la tarifa promedio por habitación ocupada es de \$20 y, la estancia promedio para no residentes es de 1,69 noche (Quito Turismo, 2016, pág. 13).

De esto se desprende que, Quito es un destino atractivo y en auge para turistas extranjeros, en el cual existen las condiciones necesarias para el alojamiento tipo hostel, que se encasilla dentro del hotelería de bajo costo. En la actualidad, esto es considerado como una nueva tendencia turística, el gran inconveniente identificado es que a pesar de que existen factores precisos para su aprovechamiento en el centro histórico, el porcentaje de ocupación presentado es bajo.

Páginas web como: Expedia, Booking, Despegar, nos facilitan información sobre comentarios dados por personas que se han hospedado en esta zona. Dentro de la página Booking, se ha realizado un estudio sobre la calificación dada por los huéspedes, dándonos un promedio de calificación baja en lo que se refiere a instalaciones, y servicios en hostales de 3 estrellas, obteniendo un promedio de 5.7 de calificación. Una de las principales quejas de los clientes es la hospitalidad recibida, no obstante, la señal de wifi, y televisión no es de alta calidad, y los hostales que incluyen desayuno no cumple las expectativas de los clientes (Booking, 2019). Según los datos presentados y el estudio realizado podemos llegar a la conclusión que la mayoría de hostales de 3 estrellas ubicados en este sector, son brindados por personas que desconocen sobre las necesidades del turista low cost, y el verdadero servicio hotelero. En la actualidad las empresas hoteleras deben ser conscientes que para perdurar en el mercado deben ejecutar cambios esenciales en su calidad de servicio, no

solo hacia sus clientes externos, sino a sus colaboradores (Veloz & Vasco, 2016), de esta manera se puede determinar el nivel de satisfacción en el servicio que se brinde a los usuarios.

Por consiguiente, se propone la creación de un hostel en el Centro Histórico de Quito, con el fin de prestar un servicio económico, pero con un valor agregado, basado en un alojamiento de calidad y en un intercambio cultural directo, ya que al proporcionar estas ventajas diferenciadoras, considerando que un cliente de este tipo busca servicios elementales de calidad a precios razonables (González, 2014), lo que sumado a una ubicación ideal y a la experiencia cultural de conocer el centro histórico dentro de la misma zona de alojamiento, permitirá el crecimiento de este segmento de bajo precio, y la redefinición de los servicios prestados en el mismo.

Formulación del problema

Pregunta general

¿Es viable la creación de una empresa de alojamiento tipo hostel para el Centro Histórico de Quito?

Pregunta específica

- ¿Cuáles son los elementos que debe contener la planeación estratégica para la creación de un hostel?
- ¿Qué plan de marketing se acopla más para la creación de un hostel?
- ¿Cuál será el plan operativo que se debe proponer para la creación de un hostel?
- ¿Cómo resultará la evaluación financiera del hostel?

JUSTIFICACIÓN

“En el mundo empresarial, el emprendimiento se ha transformado en una tendencia en auge en la actualidad. El emprendedor es aquella persona que logra ver oportunidades donde otros empresarios no las ven, y que además hace todo lo posible para desarrollar su idea” (EALDE, 2019).

En tal sentido, actualmente, los emprendimientos turísticos han alcanzado mayor relevancia, pues se han transformado en una estrategia para que las poblaciones locales conserven su patrimonio, y a la vez desarrollan otras actividades económicas que les permitan mejorar su situación (Sánchez, Morales, & Cornejo, 2018).

Y es esto lo que precisamente se busca en la propuesta de la presente idea de negocio, al ofrecer un servicio al que todo viajero extranjero, sea joven o adulto con un poder adquisitivo medio, pueda acceder en términos económicos y obteniendo un servicio de excelencia que le beneficiará a él, al hostel, al centro histórico y a la ciudad como tal, al promover un alojamiento asequible de calidad.

También, es importante mencionar que, este proyecto está alineado al Objetivo 9 “Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo” (SENPLADES, 2017, págs. 80, 104) del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida. Así, al considerar que Ecuador se presenta al mundo como un destino amigable y seguro, existe la garantía tanto para el ofertante como para los demandantes del servicio a prestar, mediante el aprovechamiento sostenible de su riqueza patrimonial natural y cultural, como es el caso de la presente propuesta, impulsando la competitividad del sector hotelero (SENPLADES, 2017, pág. 105). Asimismo, el proyecto se enfila en la línea de investigación de la Universidad de las Américas (UDLA): “Sociedad, comunidad y cultura”, y a la línea de investigación de la Escuela de Hospitalidad y Turismo (EHYT): “Gestión y desarrollo turístico y de empresas

de hospitalidad”.

OBJETIVOS

Objetivo general

Establecer un plan de negocios para la creación de un alojamiento turístico tipo hostel de 3 estrellas, en el sector Centro Histórico de Quito.

Objetivos específicos

- Definir un plan estratégico para la creación de un hostel 3 estrellas.
- Diseñar un adecuado plan de marketing para la creación de un hostel 3 estrellas.
- Proponer un plan operativo para el correcto funcionamiento de un hostel 3 estrellas.
- Desarrollar una evaluación financiera para la creación de un hostel 3 estrellas.

METODOLOGÍA

Tipo de investigación

De acuerdo a la naturaleza del propósito científico, la investigación es del tipo descriptiva, ésta tiene “como objetivo conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes mediante la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas, interpreta la realidad de los hechos” (Tamayo, 2006, págs. 83-84).

Por otro lado, de acuerdo a la naturaleza de la investigación, el enfoque de la misma se define como una investigación cualitativa y cuantitativa. La

investigación cualitativa tiene como objetivo “adquirir conocimientos preliminares sobre los problemas y las oportunidades de decisión”, sin uso de un análisis numérico (Vértice, 2008, pág. 112); mientras que, la cuantitativa tiene como fin proporcionar hechos concretos, mediante un análisis numérico, para que de esta manera quienes toman las decisiones puedan conseguir las metas propuestas (Vértice, 2008).

MÉTODOS Y TÉCNICAS

Respecto al enfoque cualitativo, se empleará como método la entrevista a un experto, el cual consistirá en un interrogatorio realizado a una persona especializada en el tema, dentro de esta entrevista irán preguntas referentes a métodos, técnicas, y estrategias que se deben tomar al momento de empezar el desarrollo de un establecimiento de alojamiento tipo hostel.

En relación al enfoque cuantitativo, se hará uso del método de campo, mediante el empleo de la técnica de la encuesta, y la aplicación de un cuestionario estructurado, con preguntas cerradas a la muestra de los turistas (mercado objetivo) a determinarse, lo que permitirá recabar la percepción de los mismos sobre el servicio de alojamiento tipo hostel a proponer, consintiendo de esta manera el determinar no solo las características que deberá tener el hostel, sino también los medios más adecuados para su difusión (Lopez & Sandoval, s.f.).

1. CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

El presente proyecto se basa en la creación de una empresa de alojamiento tipo hostel 3 estrellas ubicada en el Centro Histórico de Quito, por lo cual se debe saber la definición y evolución de este. Alojamiento, es el efecto y acción de alojar, hospedar, aposentar, una cosa dentro de otra, el uso más frecuente de alojamiento se encuentra vinculado cuando las personas se alojan en un sitio lejos de su casa, ya sea esta por distintas razones o circunstancias

(ConceptoDefinición, 2019).

La historia del alojamiento inicia desde la Edad Romana (753aC-476), para esta época, ya había posadas y tabernas junto a las carreteras, esta tradición permaneció hasta la Edad Moderna (1492- 1789). Adicional, las vías de conexión fueron mejorando, de tal forma que las tabernas y las posadas también progresaron, brindando un mejor servicio y producto a sus clientes. En los Estados Unidos, la primera posada se registró en el año 1607 y a partir de ahí los hoteles en América y el resto del mundo han ido avanzando y desarrollándose de diferentes maneras (Noticias de hosteria, 2013).

En cuanto a Ecuador, el primer indicio de alojamiento se dio en la época del imperio Inca, en donde había una división social muy fuerte, los líderes incas para descansar ocupaban grandes templos sagrados distribuidos en todo el imperio. La época española también selló un precedente en lo que se refiere alojamiento en Ecuador, ya que hubieron cambios sociales, económicos y administrativos, que originaron a que surjan nuevas necesidades de viajes, por estos motivos se crean pensiones comúnmente familiares (Zambrano J, 2018).

Actualmente en Ecuador, de los 3774 establecimientos turísticos urbanos de Quito, 535 son hostales, lo que representa alrededor el 74% de los alojamientos de la capital; las que se ubican en las siguientes categorías: 3 estrellas - 27, 2 estrellas – 285 y de 1 estrella – 223 establecimientos(Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - Quito Turismo, 2019).

Hoy por hoy, las empresas de alojamiento han sido segmentadas de acuerdo a los servicios y los productos que ofrecen a su nicho de mercado, dentro de la industria hotelera engloban desde establecimientos tipo hostales, hasta hoteles de 5 estrellas o en algunos países hasta 7 estrellas. La clasificación de los hoteles dependerá únicamente de la legislación vigente en cada país, es por esto que, en cada nación la categoría dependerá de los estándares de calidad que estos ofrezcan, no obstante, el sistema de categorización más utilizado a nivel mundial es de 1 a 5 estrellas, siendo el de 1 estrella el de menor calidad

de servicios y lujo en sus productos, y el 5 estrellas el de mayor calidad (Tollán R. , 2010).

Actualmente, uno de los tipos de empresas de alojamientos más utilizadas en el mundo son los hostales, estos tipos de establecimientos lo que hacen es ofrecer a los viajeros la opción de poderse alojar en una habitación compartida o a su vez poder alojarse en una habitación privada. Este tipo de alojamiento se encuentra dirigido para todo tipo de personas, viajeros que simplemente no quieren gastar más de la cuenta para dormir, para las personas que viajan solos, hospedarse en un hostel es realmente una manera excelente de ahorrar dinero (Torres, 2014).

De la misma forma, es muy importante que las instalaciones de un establecimiento de alojamiento tipo hostel brinden zonas comunes, tener un espacio físico donde las personas puedan sociabilizar con el resto de viajeros es muy necesario, como, por ejemplo, terrazas, sala de juegos, o poseer una cocina donde los huéspedes puedan hacer sus propias comidas, y de esta manera poder ahorrar en costos. El principal funcionamiento dentro de un hostel es hacer que el cliente no se sienta solo, pueda disfrutar del tiempo, y sobre todo que puedan tener un intercambio cultural, compartiendo sus experiencias con otras personas (Torres, 2014).

Alrededor del mundo existen diferentes tipos de hostales, es por este motivo que las tarifas varían según el servicio que estas ofrezcan, tenemos hostales pequeños, grandes, urbanos, rurales, en zonas céntricas y en zonas alejadas, según el producto, servicio, y época del año es lo que provoca que la tarifa varíe (Vogler, 2013).

Los hostales alrededor del mundo han ido evolucionando y cambiando sus estrategias empresariales, un claro ejemplo tenemos el hotel Selina, que ofrece habitaciones compartidas e individuales, la idea de esta empresa es que los viajeros puedan relacionarse con personas de otras partes del mundo, esta

empresa lo que trata es de brindar experiencias diferentes a sus clientes, no es una red de hostal tradicional, lo que pretende esta empresa es incluir a todo tipo de personas en sus espacios, la estrategia principal de hotel Selina es mejorar, reconstruir o restaurar, casas, edificios, sitios que estén en desuso para convertirlos en grandes hostales, esto acompañado de la calidad y servicio hacia sus demandantes (Redondo, 2016).

La calidad de servicio dentro de la hotelería, favorece al posicionamiento tanto del destino donde se encuentra localizado, como del establecimiento, cabe mencionar que esto es la base fundamental para su óptimo desarrollo, mejora continua de la cadena de servicio, y satisfacción de los clientes tanto internos como externos, consiguiendo así la confiabilidad de los clientes, aumentando el grado de satisfacción del público objetivo, y sobre todo rebosando en una buena imagen tanto como del sector, y del país en el que se encuentra localizado (Bajdor, 2013).

Asimismo, según la Organización Mundial de Turismo menciona que, todas las organizaciones que presten servicios turísticos, deben tener el compromiso de brindar calidad a través de sus productos, esto es con el propósito de manifestar una respuesta a las necesidades y expectativas de cada uno de los viajeros. Es responsabilidad de cada uno de los prestadores de servicios turísticos, hacer que la calidad dentro de sus empresas se encuentran implícitas, tomando en cuenta que en la industria hotelera existe una gran variedad de ofertas y destinos altamente competitivos, no obstante, tomar en cuenta que en la actualidad los turistas son más experimentados y exigentes, lo que buscan es una relación calidad vs precio más satisfactoria (Toro, 2011).

En cuanto al reglamento de alojamiento turístico de Ecuador, un hostal se encuentra categorizado de 1 a 3 estrellas, y se encuentra definido como un establecimiento de alojamiento turístico, que posee infraestructuras para brindar un servicio de hospedaje en habitaciones compartidas o privadas, con

cuarto de baño privado o compartido, a un precio accesible, este puede ocupar su totalidad de un edificio o parte independiente del mismo; un hostel puede facilitar el servicio de alimentos y bebidas ya sea este desayuno, almuerzo o merienda y deberá poseer un mínimo de 5 habitaciones (Mintur, Reglamento de alojamiento, 2015).

Asimismo, en Ecuador, la actividad turística es considerada un aporte muy importante para el desarrollo económico y social de sus pobladores, ya que provee divisas que ayudan a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, según el Ministerio de Turismo en varios de sus comunicados da a conocer que dicho valor porcentual representa 405.820 fuentes de empleo tanto directa como indirectamente, de esta cifra 272.808 son mujeres y 133.012 siendo hombres (Mintur, 2015).

Para Ecuador, en el año 2018 las cifras de turismo fueron positivas, según el Ministerio de Turismo, en el año 2017 el ingreso de extranjeros creció en un 11%, sin considerar la entrada de personas venidas de Venezuela, cabe recalcar que el mayor número de turistas fue por vía terrestre con 1,3 millones, seguido por vía aérea con 1,078.017 millones (Mintur, 2018). Adicional, el turismo aportó a la economía ecuatoriana con 2,392 millones de dólares, lo que lo mantienen como la tercera fuente de ingresos no petroleros, después del banano y el camarón (MINTUR, 2018).

Cabe recalcar, que la ciudad de Quito por ser la capital de Ecuador, es la ciudad más trascendental de país. El lugar urbano más visitado de esta ciudad es el centro histórico con 440.226 visitantes, siendo esto el 67,43% de turistas (Quito Turismo, 2019).

Los turistas suelen visitar el Centro Histórico de Quito, ya que es aquí, donde podrán encontrar espacios públicos significativos; iglesias; íconos monumentales que simbolizan la diversidad y riqueza de la vida social y política del país, como por ejemplo la Plaza Grande, la Plaza de San Francisco o la Plaza de Santo Domingo; un conjunto de elementos monumentales que se

articulan como una totalidad de identidad al conjunto de la ciudad; su carácter histórico y patrimonial señala un importante abanico de representaciones culturales, propias de las dinámicas de la aglomeración urbana (Quito Turismo, 2019).

De esto se desprende que, Quito es un destino atractivo y en auge para turistas internacionales, en el cual existen las condiciones necesarias para el alojamiento tipo hostel de 3 estrellas, identificados por brindar servicios de hospedaje básico, pero con una buena relación costo y calidad, sus servicios son limitados pero a la vez son completamente funcionales, sus habitaciones deben ser placenteras, agradables, limpias y sobre todo económicamente accesibles (Secretaría de Turismo de la Nación, 2008). Por esta razón se propone un plan de negocios para la creación de una empresa de alojamiento tipo hostel de 3 estrellas ubicadas en el Centro Histórico de Quito.

2. CAPÍTULO II. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

2.1 NATURALEZA DEL NEGOCIO

Aguilar Hostel es un negocio familiar que se encuentra ubicado en el Centro Histórico de Quito en la calle José Joaquín de Olmedo y Guayaquil. Es un hostel temático de 3 estrellas con una decoración basada en la época colonial, Aguilar hostel tiene como objetivo principal brindar un servicio de calidad a un precio accesible, manifestando una experiencia diferente al turista internacional.

2.2 ESTRATEGIA GENÉRICA

La estrategia competitiva genérica a utilizar dentro de Aguilar Hostel será, diferenciación y liderazgo global en costos. La estrategia de diferenciación, será mediante la decoración interna del hostel. El establecimiento contará con una decoración al estilo colonial; mediante música, leyendas, y bailes, se

tratará de transmitir las tradiciones y culturas quiteñas a nuestros clientes extranjeros. La estrategia de liderazgo en costos, se implementará mediante la búsqueda de proveedores estratégicos, que nos puedan suministrar productos de buena calidad y a un precio económico, no obstante, en cuanto a los amenities de baño, el producto no se ofrecerá en envases, sino serán colocados en dispensadores. De esta manera, se tratará de ver diferentes tipos de estrategias, que nos ayude a minimizar costos, y así ofrecer nuestro producto a precios más bajos que la competencia.

2.3 MISIÓN

Brindar un servicio de calidad e innovador a nuestros clientes, dando a conocer la historia, tradición y cultura de la ciudad de Quito, mediante un equipo de trabajo totalmente capacitado.

2.3.1 VISIÓN

Para el año 2025, a través de una mejora continua y un servicio personalizado, cada uno de los huéspedes durante su permanencia en nuestra empresa disfrutará de una experiencia única e inolvidable, dando como resultado que Aguilar Hostal sea una empresa reconocido, y escogida por los turistas internacionales al momento de visitar el centro histórico de Quito.

2.3.2 OBJETIVOS EMPRESARIALES

Corto plazo

- Comercializar nuestros productos a través de las redes sociales
- Capacitar al personal de la empresa para un servicio de excelencia
- Superar el margen anual de ventas en al menos 40%.
- Superar a la competencia en visibilidad y ventas dentro del mercado on-line de turistas internacionales.

- Entrenar a cada uno de los departamentos de la empresa para que sean más competitivos, y de esta manera obtener mejores resultados.

Mediano plazo

- Identificar cada una de las falencias en la presentación de los servicios y ejecutar planes de acción de corrección de estas.
- Motivar y comprometer al cliente interno de la empresa con el propósito de evitar la rotación del personal.
- Empezar pagos de préstamos para inicio de actividades dentro del hostel.

Largo plazo

- Posicionar como uno de los hostales más reconocido en el Centro Histórico de Quito.
- Expandir la idea de negocio a otras ciudades, dando a conocer las tradiciones de cada una de estas.
- Obtener una ocupación del 70%
- Adquirir la certificación ISO

2.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional de Aguilar Hostel, nos ayudará a tener el recurso humano necesario dentro de la compañía, esto nos facilitará alcanzar los objetivos establecidos en el plan de la empresa, cabe recalcar que las responsabilidades de cada uno de los colaboradores estarán claramente definidas.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL POR DEPARTAMENTOS



Figura 1 Estructura organizacional por departamentos

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL POR PUESTOS

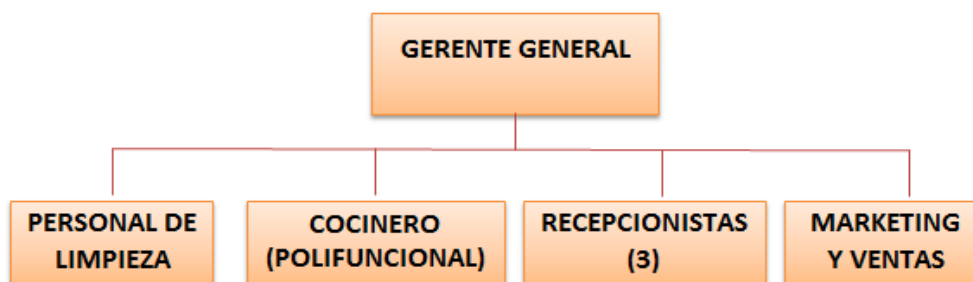


Figura 2 Estructura organizacional por puestos

2.4.1 DESCRIPCIÓN LABORAL

Gerente general

- Organizar el correcto funcionamiento del hostel.
- Coordinar, evaluar y supervisar las correctas actividades y procesos administrativos del negocio.
- Tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de la empresa.

Housekeeping

- Mantener en perfectas condiciones las habitaciones del hostel.
- Mantener en perfecto estado las zonas públicas del establecimiento.
- Elaborar informes diarios de los estados de cada una de las habitaciones.

Recepcionista

- Dará la bienvenida a todo cliente que visite el establecimiento.
- Persona encargada de dar información sobre el hostel.
- Encargada de realizar las reservas (check inn y check out).

Cocinero (Poli funcional)

- Encargado de la limpieza del área de alimentos y bebidas.
- Preparación del desayuno para los huéspedes.
- Encargado de recibir los productos de alimentos y bebidas de los proveedores.
- Llevar el inventario de alimentos y bebidas de Aguilar Hostel.

Marketing y Ventas

- Investigación de mercado.
- Supervisar estrategias de marketing de la empresa.
- Asesoramiento y venta de productos y servicios que ofrece el establecimiento a los huéspedes.

2.5 INFORMACIÓN LEGAL

Existen regulaciones específicas por parte de Ordenanzas Metropolitanas y por parte del Municipio de Quito referente a turismo y zonas especiales como es el Centro Histórico de Quito. Cada una de las actividades turísticas que se realicen en Zonas Especiales Turísticas se encontrarán sujetas a normas y técnicas enfocadas en diferentes ámbitos, cabe recalcar que cada infracción administrativa previstas en el ordenamiento jurídico metropolitano que se produzcan en una Zona Especial Turística serán sancionados con una multa prevista de modo general (Ministerio de turismo, 2015).

El alojamiento es una actividad turística que puede ser realizada por personas naturales o jurídicas, que consiste en la prestación beneficiada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o internacionales, para lo cual se tomarán en cuenta los requisitos correspondientes señalados en el Reglamento. Cabe recalcar que, para establecimientos de alojamiento turístico que funcionen en edificios patrimoniales se tomará en cuenta ciertas pautas que no contravenga a la normativa específica para la declaración de bienes patrimoniales (Ministerio de turismo, 2015).

Permisos necesarios para el funcionamiento de una empresa de alojamiento:

<https://www.hotelesecuador.com.ec/disptxt.php?menu=17&submenu1=10&idm=1>

- Registro actividad turística
- Licencia funcionamiento turismo
- Permiso sanitario
- Certificados de salud empleados
- Patente

- Rótulos y publicidad al exterior
- Bomberos
- Licencia ambiental

2.6 ANALISIS DEL ENTORNO PESTA

El análisis Pesta será una herramienta que nos ayudará analizar el entorno en el que se desarrollará el proyecto presentado, esta técnica radica en describir el entorno externo a través de factores políticos, socioculturales, tecnológicos, económicos ecológicos, ambiental, legales, dándonos como resultado el aprovechamiento de oportunidades y de esta forma poder minimizar las amenazas.

2.6.1 POLÍTICO

- La política de Ecuador legalmente se encuentra denominada como República del Ecuador. Este país se define como un estado constitucional de derechos y justicia, social democrático y soberano.
- Actualmente la política de Ecuador se encuentra pasando por un momento de dilema, las elecciones presidenciales se realizarán el 7 de febrero del 2021, es aquí donde se elegirá al Presidente Constitucional, y al Vicepresidente Constitucional de la República del Ecuador para el período 2021-2025.
- Con corte a marzo del año 2020, en el Consejo Nacional Electoral, se encuentran registrados 24 partidos, y movimientos de ámbito nacional. Estas organizaciones políticas, podrían presentar postulantes a la Presidencial de la Republica, y a la Asamblea a las elecciones del año 2021. Sin embargo, hasta el momento los partidos que realmente se encuentra confirmados son: Fuerza Compromiso Social (correísmo), Alianza PAIS, CREO, PSC, SUMA, Partido Socialista, Izquierda

Democrática y Pachakutik (Comercio, 2020)

- Finalmente, en cuanto a la pandemia de Covid-19, gran parte de los movimientos políticos y Asamblea, han propuesto crear una unión nacional para superar la epidemia, pero hay sectores que se aprovechan de las dificultades del país y tratan de sacar provecho de esto, sin respetar la economía, ni la pobreza de la sociedad. (Primicias).

2.6.2 SOCIAL

- Una de las tipologías de los aspectos sociales en el Ecuador son las desigualdades sociales, y no solo de carácter social, sino entre regiones, por cuestión de género y ética. Sin embargo, debemos señalar que en los últimos años se han emprendido medidas paliativas orientadas a ceder la participación equivalente tanto de hombres y mujeres (Perez, s.f.; Andrade, s.f.).
- Actualmente, las mujeres ecuatorianas han llegado a ser parte de los negocios y la política. Una mujer que se ocupa fuera del hogar se ha convertido en una posición aceptada, y hoy por hoy las mujeres han tenido éxito en Ecuador tanto en los negocios, como en la política.
- Para los consumidores ajustar los costes al máximo se ha convertido en una nueva tendencia, la generación de consumidores más grande del mundo son los millennials, y son estos los que están transformando la industria turística en Ecuador. En la actualidad lo que buscan es conseguir precios más bajos, ahorrar en costos, y de esta manera viajar más a un precio más económico, en contexto lo que desea este tipo de viajero es decidir qué servicios recibir y pagar por ellos un precio justo.
- En la actualidad, el mundo se encuentra pasando una emergencia de salud causada por el Covid-19, este virus ha perjudicado a varios países en el mundo, siendo Ecuador uno de los países más afectados de

Latinoamérica, con una tasa de alta mortalidad y deficiencias sanitarias, no obstante, el confinamiento ha causado una preocupante crisis económica y social en muchos hogares de Ecuador.

2.6.3 TECNOLÓGICO

- La tecnología ha colaborado en el arranque de los modelos de low cost, ha contribuido al mejoramiento de la productividad tanto interna como externa de las empresas, gracias a las maquinarias y sistemas de análisis los resultados han sido más eficaces y eficientes. Actualmente, para la mayoría de personas la tecnología es parte esencial de su vida cotidiana, y no admiten una experiencia de viaje sin internet y sin su teléfono móvil. La mayoría de viajeros consiguen sus reservas online, pueden comparan precios y sobre todo compartir sus buenas o malas experiencias por medio de redes sociales (Allende E, 2018).

2.6.4 AMBIENTAL

- La ciudad de Quito, capital de Ecuador, se encuentra ubicada en la línea ecuatorial “mitad de mundo”, se asienta sobre las faldas del volcán Pichincha rodeado por las colinas del Panecillo y la loma de Itchimbía, con una altura de 4780 m.s.n.m.
- Adicional, Quito posee un clima templado, su temperatura media está entre 14.8°C, los meses más lluviosos dentro de la ciudad de Quito empieza desde el mes de octubre hasta el mes de mayo, y en los meses de junio a septiembre posee un clima más seco.
- En el centro histórico de Quito debido a que posee un paisaje urbano que lo rodea, la contaminación es muy alta el 53% de los inmuebles tienen una contaminación visual media y con una alta contaminación visual el sector de la Marín (Davalos, 2016)
- En cuanto a la percepción de contaminación acústica, el principal ruido identificado fueron los vehículos a motor, 21 % de personas que habitan el centro histórico de Quito, dicen no tener ninguna molestia por ruido, mientras

cerca del 30% certificó sentir molestia total. Sin embargo, si se suman a las personas que tienen una afectación moderada y media-alta, existiría alrededor de 64,6% de habitantes que se sienten molestos a causa del ruido (Instituto metropolitano de patrimonio, s.f.)

2.7 ANALISIS DE COMPETITIVIDAD PORTER

Las cinco fuerzas de Porter nos ayudarán a tener una ventaja competitiva dentro de la industria. Este análisis procederá en la relativa articulación de las 5 fuerzas que establecerán la intensidad de competencia y rivalidad en una industria, ayudándonos a confeccionar un plan estratégico para poder superar a nuestros rivales.

2.7.1 RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

Tabla 1
Rivalidad entre competidores

PRINCIPALES COMEPTIDORES	MASAYA HOSTEL	FRIENDS QUITO	RINCON FAMILIAR HOSTEL BOUTIQUE
PRODUCTO	Ofrece habitaciones coloridas. Todas las habitaciones disponen de armario y baño privado o compartido.	Las habitaciones del Friends Hostel presentan una decoración colonial y disponen de suelo de madera y baño privado o compartido. Algunas cuentan con zona de estar y balcón.	Las habitaciones del Rincón Familiar Hostel Boutique disponen de decoración de estilo colonial, suelo de parquet, armario, TV de pantalla plana y baño privado o compartido con toallas.
SERVICIO	Servicio de Wifi gratuito, restaurante, y terraza. Tambien cuenta con un bar	Cuenta con solárium y vistas a la ciudad. Proporciona bar y WiFi gratuita en todas las instalaciones, recepción las 24 horas, sala de juegos y salón compartido.	Dispone de patio y terraza con vistas al Panecillo, así como conexión WiFi gratuita de alta velocidad.

PRECIO	Habitación compartida \$10 Habitación doble \$40 con desayuno incluido	Habitación simple en \$18 con desayuno incluido Habitación doble en \$48 con desayuno incluido	Habitación simple en \$21 con desayuno incluido Habitación doble en \$32 con desayuno incluido
UBICACION	Se encuentra ubicado a 100 metros del Museo de la Ciudad y a 400 metros del teatro Bolívar.	Se encuentra ubicado a 100 metros del Teatro Bolívar	Se encuentra ubicado a 100 metros de la Plaza Grande

Entre los principales rivales que presenta Aguilar Hostal es, Masaya Hotel Quito, este hostel se encuentra ubicado dentro del Centro Histórico de Quito a 100 metros del Museo de la Ciudad. Adicional, Friends Quito es otro hostel, ubicado en el Centro Histórico de Quito, este hostel se encuentra ubicado en un edificio colonial, sus precios van desde \$18 dólares hasta \$48 dólares. Finalmente, Rincón Familiar Hostel Boutique, es un hostel que ofrece variedad de habitaciones que van desde \$21-\$32 dólares americanos. Cada uno de estos hostales nombrados, hacen que su productos y servicio sea de calidad, brindando una experiencia única al cliente.

2.7.2 PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES

Para la compra de amenities de Aguilar Hostal se utilizarán diferentes empresas de proveedores una de ellas será Jabonería Dannubist y Savon amenities. En cuanto a los proveedores, para el área de alimentos y bebidas de Aguilar Hostal, se trabajará con la empresa Nutrinaturals. Una empresa dedicada a la producción y comercialización de alimentos, especialmente de desayuno, con altos estándares de calidad, y sobre todo alimentos que cumplen con requerimientos nutricionales. Dentro del mercado, existe una gran oferta de proveedores de amenities, y proveedores de productos de alimentos y bebidas, debido a esto el poder de negociación del hostel será alta, y la toma de decisiones será tomada por el establecimiento.

2.7.3 PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS COMPRADORES

Dentro del sector Centro Histórico de Quito, existen diferentes establecimientos de alojamiento, cada uno de estos con diferentes productos, servicios y a diferentes precios. El objetivo principal de Aguilar Hostal será brindar un servicio y producto de calidad a un precio accesible, no obstante, al ser un hostel con un precio bajo, la compañía se encuentra dirigido a un público sensible al precio y serán ellos quienes tienen un poder de negociación alta con el establecimiento Aguilar Hostal.

2.7.4 AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES

Una de las principales amenazas para Aguilar hostel, es la nueva tendencia de Airbnb esta nueva plataforma virtual, es muy preocupante para los establecimientos de alojamiento ya que su principal atractivo para los turistas es el costo de la habitación, Airbnb es una herramienta que ha ganado clientes por su enorme oferta, los turistas pueden rentar desde una casa rodante hasta una habitación en distintos estilos de domicilios. Actualmente, no se conoce si existirán inauguraciones a futuro próximo de nuevos establecimientos de alojamiento tipo hostel en el centro histórico de la capital.

2.7.5 PRODUCTOS SUSTITUTOS

Al existir productos sustitutos tanto en el Centro Histórico de Quito y en otros sectores, la empresa se encuentra obligada a impulsar su propuesta de valor para destacarse dentro del mercado. En este caso la propuesta de valor de Aguilar hostel es entregar un servicio de calidad a los huéspedes, mediante un equipo capacitado y calificados en cada una de las áreas del hostel.

2.8 FODA

Tabla 2
Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Inmueble propio, terreno y casa pertenece a la familia Aguilar - Decoración innovadora dentro del establecimiento - Ubicación estratégica - Calidad en servicio y producto - Personal capacitado - La empresa cuenta con un capital inicial para realizar las respectivas inversiones 	<ul style="list-style-type: none"> - Desconocidos por parte del mercado al que estamos dirigido - Productos y servicio, que en cierto modo son comunes a los que ofrece la competencia. - Falta de experiencia en administración hotelera - No es una empresa que se encuentra posicionada en la mente del cliente
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Alta demanda de turistas. - Lugares turísticos cerca a visitar - Se podría realizar alianzas estratégicas con lugares turísticos de la zona. - Personal capacitado en el ámbito turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> - Problemas de seguridad. - Al estar ubicado en el centro de la ciudad, el sector es muy ruidoso - Transporte público alejado - Entorno con gran competencia de alojamiento. - Cierre de calles por huelgas. - Pandemias

2.9 PROPUESTA DE VALOR O VENTAJA COMPETITIVA

El proyecto presentado, es un modelo de negocios dirigido para un mercado internacional, generación millennial. Este tipo de personas lo que optan es viajar más a un menor costo, la tecnología es uno de los servicios más importantes al momento de viajar a un país distinto al suyo, y lo que buscan es tener un intercambio cultural con otras turistas, por este motivo la propuesta de valor más allá de brindar un servicio profesional y de calidad, es brindar a nuestro

público objetivo excelentes instalaciones con todos los servicios necesarios para que los clientes hagan uso de ellos. Finalmente, en ciertos días y horas establecidas dentro del establecimiento se realizarán shows culturales para de esta manera fomentar y dar a conocer las tradiciones quiteñas como bailes, música y leyendas populares del sector.

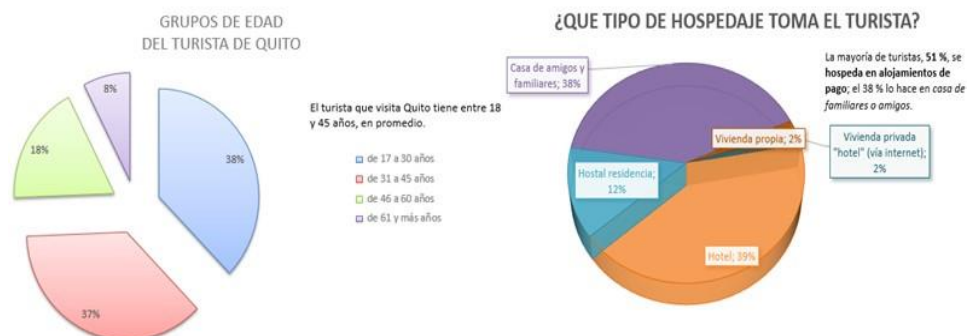
3. CAPÍTULO III. PLAN DE MARKETING

Lo que se trata de conseguir con un plan de marketing es corregir la orientación de la empresa dentro del mercado, estableciendo y aportando valor para el turista. Del mismo modo, lo que se trata de alcanzar con el plan de marketing es establecer y cumplir lo más eficientemente posible los objetivos y metas empresariales establecidas, mejorando los recursos disponibles y al mismo tiempo reduciendo los riesgos (Sainz M, 2008).

3.1 MERCADO POTENCIAL

En cuanto a datos obtenidos por Quito Turismo nos indica que, el grupo de edad de turistas que visitan Quito se encuentran entre, 17 y 30 años de edad con un 38%; 31 a 45 años de edad un 38%; 46 a 60 años edad un 18%; y más de 60 años con un 8%. Cabe recalcar que el 87% de los visitantes que llega a Quito, escoge a éste como su destino turístico, mientras que el 14% está de paso hacia otro destino, no obstante, el 12% de turistas se alojan en hostales y estos viajeros prefieren viajar solos (Quito Turismo, 2019).

Tabla 3
Perfil de turista quiteño



Adaptado de Quito Turismo, 2019

3.1.1 BREVE RESUMEN DE ANALISIS DE RESULTADO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Según registro estadístico de entradas y salidas internacionales a Ecuador en el año 2018 la llegada de personas extranjeros fue de 2.427.660, el cual el 80% fueron por motivo de turismo, dándonos un total de 1'942.128, de los cuales se registran por jefatura de migración a la ciudad de Quito 663.393 son turistas extranjeros (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2018). Según datos de Quito Turismo el 12% de estos turistas se alojan es hostales dándonos un total de 79.607 turistas extranjeros (Quito Turismo, 2019).

Para el cálculo muestral determinado por el Departamento de Matemática de la Universidad de las Américas, se utilizará la siguiente formula:

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

El margen de error que se ha establecido es del 5%

$$n = \frac{79.607}{0,05^2(79.607 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{79.607}{0,0025(79.607 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{79.607}{0,0025(79.606) + 1}$$

$$n = \frac{79.607}{200,015}$$

$$n = 398,00$$

El número de encuestas que se deben realizar es de 398 pero se realizará un sondeo de opinión del 10% de la población que da un total de 40 encuestas a realizarse.

Las encuestas se realizarán a turistas extranjeros provenientes de Estados Unidos, Alemania, en un rango de edad de 18 y 45 años de edad.

3.1.2 RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVOS

Por medio de 42 encuestas realizadas a futuros turistas extranjeros a visitar el centro histórico de la ciudad de Quito, se pudo obtener información relevante del mercado objetivo al que Aguilar Hostel se encontrará dirigido. Dentro de las encuestas realizadas se pudo obtener información sobre gustos y preferencias de los consumidores, tarifas dispuestas a pagar, que les motiva visitar la ciudad de Quito y sobre todo que es lo que un turista busca al momento de alojarse en un hostel.

El resultado de las encuestas realizadas, las podemos encontrar en la parte final de anexos.

3.1.3 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVOS

En cuanto a la investigación cualitativa, se ha realizado una entrevista al Ingeniero Edison Torres, un experto hotelero, se encuentra especializado en la gestión hotelera. Esta persona ha trabajado en diferentes cadenas hoteleras con diferentes funciones como: Royal Radisson Quito, JW Marriott Quito, Casa Gangotena y Hotel Dann Carlton. En cuanto a su experiencia laboral, Edison nos menciona que el modelo de negocio de alojamiento de un hostel en nuestro país es totalmente rentable, en su opinión considera que el potencial Turístico de Quito y en general de Ecuador es infinito, un pequeño paraíso con la mejor ubicación.

Este experto hotelero menciona que, los hoteles al estar en un mundo tan globalizado, tan conectado, con el paso de los años se han vuelto trascendentales e indispensables, las personas que viajan a un país distinto al suyo, necesitan lugares de descanso, no obstante, la alta competencia ha producido que cada uno de los estándares dentro de las empresas de alojamiento tengan un desarrollo positivo.

Esta persona nos comenta que, al momento de iniciar con un negocio de alojamiento tipo hostel, es muy importante identificar el segmento de mercado,

trabajar con grupos turísticos es una excelente opción, buscar asociaciones con agencias de viajes para generar grupos es una de las principales recomendaciones, esto ayudará a mejorar la ocupación del establecimiento. Conjuntamente, una de las principales estrategias al momento de iniciar un negocio son los canales de distribución, cabe recalcar que esto dependerá del nicho de mercado al que queramos llegar, contar con un community manager es muy importante, estar presente en redes sociales, disponer de una página web donde el turista pueda encontrar información sobre el servicio y el producto a ofrecer, ayudará al reconocimiento del establecimiento por parte de los turistas. Además de esto nos comenta que, para la fijación de precios es muy importante tomar en cuenta los costos, saber cuál es el costo por habitación, costo por elaboración de platos, esto encaminará a la fijación de los precios, tomando en cuenta la utilidad que deseen tener los dueños del establecimiento, no obstante, para la fijación de precios se debe tomar en cuenta la ubicación del establecimiento, los servicios que se va a prestar y la categoría del alojamiento para determinar la tarifa adecuada.

Asimismo, nos menciona sobre el porcentaje de ocupación del Hotel Casa Gangotena, durante todo el año poseían una ocupación alrededor de 70%, Edison indica que, una de las principales estrategias de esta empresa fue trabajar directamente con Metropolitan, esto ayudó a mantener un porcentaje de ocupación estable.

Finalmente, una de las preguntas que se realizó al experto fue, que recomendaría a un establecimiento de alojamiento tipo hostel nuevo dentro del mercado, su respuesta fue que establecer procedimientos para todos los trabajadores es un punto muy importante, cada uno de los colaboradores debe tener claro cuáles serán sus funciones, no obstante, los valores administrativos, misión, visión, saber cuáles son las fortalezas y debilidades de la empresa, ayudará a que el modelo de negocio tenga resultados positivos, asimismo, tener un valor agregado frente a la competencia, ayudará que la experiencia del huésped sea inolvidable, sin olvidarnos que la mejor publicidad

que puede tener un negocio es el boca a boca de las personas.

3.1.4 PERFIL DEL CLIENTE

Después de haber realizado la investigación de mercado con turistas extranjeros, se puede decir que el perfil del cliente de Aguilar Hostal se caracteriza por:

Tabla 4
Perfil de cliente Aguilar Hostal

SEXO	Femenino y Masculino
EDAD	18-34 años de edad
NACIONALIDAD	Estados Unidos, Alemania, Brasil
OCUPACIÓN	Trabajadores
QUE LE MOTIVA VISITAR QUITO	Turismo
CUANTO PAGARÍA POR UN HOSTAL	\$15-25 dólares
COSAS MAS IMPORTANTES EN UN HOSTAL	Servicio y comodidad
CONSIDERA IMPORTANTE SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN UN HOSTAL	Si

En cuanto al género de las personas encuestadas se ha obtenido un resultado de 58.5% femenino y 41.5% masculinos, estas personas se encuentran en un rango de edad entre 18 y 34 años de edad. En cuanto a datos obtenidos de Quito Turismo, los turistas que más llegan a la ciudad de Quito son provenientes de Estados Unidos, España, Francia, Colombia y Alemania, por este motivo se ha tomado en cuenta personas de los países señalados, de esta manera se ha logrado realizar encuestas en español y en inglés.

De las 42 encuestas realizadas tenemos que, él 24,4% son de nacionalidad

alemana, 22% son de Estados Unidos, 9.8% de Brasil y el 42.8% de otros países. En cuanto a esta investigación realizada nos señalan que, el 65% de personas se encuentran laborando y tienen un salario mayor a \$1200 dólares, uno de los principales motivos que le incentiva visitar la ciudad de Quito es por turismo.

Según los encuestados mencionan que, al momento de viajar a otro país distinto al suyo buscan la opción de hospedarse en un hostel, una de las principales cosas que consideran más importantes al momento de alojarse en este tipo de alojamiento es el servicio y la comodidad que van a tener dentro de este, no obstante, el 52.4% de personas encuestadas están dispuesta a pagar por una noche en un hostel entre \$15 y \$25 dólares y el 31% entre \$25-\$40 dólares.

Los encuestados mencionan que es importante que exista un servicio de alimentos y bebidas dentro de un establecimiento tipo hostel. Finalmente, el 59.5% de personas nos mencionan que, prefieren recibir información del establecimiento mediante redes sociales, el 28.6% por medio de correo electrónico y 11.9% por vía telefónica.

3.2 IMAGEN CORPORATIVA

La imagen corporativa es la definición que tiene el establecimiento para su nicho de mercado, además de esto, son aquellas percepciones que se hacen de la marca en base a los beneficios y particularidades recibidas, esto quiere decir, como los clientes interpretan la unión de señales procedentes del servicio y producto, ofrecido por el establecimiento (Neo Attack, s.f.)

3.2.1 LOGO



Figura 3 Logotipo

En la parte posterior del logo presentado, podemos observar la figura de una casa, la idea de esto es, transmitir al turista que su alojamiento será como estar en su hogar, en la parte derecha podemos observar la inicial A, letra representativa de la familia propietaria del presente proyecto, no obstante, en la parte inferior del logo se puede observar claramente el tipo y nombre del alojamiento, en este caso “Aguilar Hostal”.

3.2.2 ESLOGAN

“CALIDAD EN TU ESTADIA”

3.2.3 COLORES CORPORATIVOS

El color representativo de Aguilar Hostal será, rojo y azul. Se han escogido estos colores debidos a la temática que tendrá el establecimiento; al querer transmitir las culturas y tradiciones quiteñas se han utilizado los tonos representativos de la capital de Ecuador, Quito.

3.3 SERVICIO Y PRODUCCIÓN

Aguilar Hostal es un establecimiento de 3 estrellas ubicado en el centro histórico de Quito, el establecimiento ofrecerá exclusivamente servicio de alojamiento con diferentes tipos de habitaciones a precios variados; servicio de wifi; patios; sala de juegos, de esta manera el cliente podrá tener un intercambio cultural con el resto de huéspedes.

Aguilar hostal brindará como servicio complementario la guianza turística dentro del centro histórico; y en el caso de que el turista necesite un traslado al aeropuerto se podrá ofrecer, pero con un costo adicional.

El servicio de Aguilar Hostal, será brindado por un personal profesional en el ámbito hotelero, brindar un servicio y producto de calidad será el principal objetivo del negocio. Al momento que el cliente acceda a nuestro establecimiento, ya sea de forma directa o indirecta, tendrá la oportunidad de observar los servicios y productos que ofrecerá el establecimiento, no obstante, el cliente podrá realizar sus reservas vía online y sus pagos podrán ser con tarjeta de crédito o en efectivo.

3.4 PLAZA Y DISTRIBUCIÓN

Las plataformas de distribución dentro de Aguilar Hostal serán una clave muy importante dentro del establecimiento.

Para dar a conocer el producto y servicio a nuestro cliente final, se utilizarán dos tipos de canales de distribución y estos son: Canal directo; por medio de página web, redes sociales, teléfono, y ventas directas en ferias o festivales se promocionará a Aguilar hostal. De igual manera, por canal indirecto se utilizarán medios de distribución como: Agencia de viajes ubicadas en el aeropuerto de Quito y en el centro histórico, buscadores de hoteles como: Trivago y Booking, de este modo gracias a los avances tecnológicos y de innovación, el cliente podrá acceder de una forma fácil y directa a la información del establecimiento, dando como resultado el impulso y reconocimiento de la empresa por nuestro público objetivo.

3.5 PROMOCIÓN

3.5.1 Publicidad

- Crear página web donde se publicará toda la información sobre el establecimiento.

- Realizar la inauguración del hostel, con precios especiales para los clientes.
- Realizar convenios con agencias de viajes, para mantener la ocupación de Aguilar Hostel.
- Participar en ferias turísticas para difundir información de la empresa e impulsar su promoción.
- Por medio de redes sociales como Instagram, Facebook, se publicarán imágenes y videos del establecimiento.
- Se realizarán sorteos en redes sociales para que los clientes puedan obtener descuentos dentro del establecimiento.
- Contactar personas de medios de comunicación, para promocionar el establecimiento.

3.6 PRECIO

Las tarifas dentro de Aguilar Hostel serán cobradas por persona, y cada uno de los precios establecidos serán fijados en cuanto a los costos de la empresa y la principal competencia.

Tabla 5
Descripción de habitaciones Aguilar hostel

Tipo de habitación	Descripción	Tarifa
Habitación simple	Habitación con cama de tamaño 1 ½, con su baño completo, locker, mini escritorio.	\$ 20 (incluye desayuno)
Habitación doble	Habitación con cama Queen, baño completo y locker.	\$ 35 (incluye desayuno)
Cama de habitación compartida de 6 camas	Habitación compuesta por 3 literas y un baño completo, cada cama	\$12 (no incluye desayuno)

	con su respectivo locker.	
--	---------------------------	--

Servicio extra	Descripción	Tarifa
Transfer	Para comodidad de nuestros clientes ponemos a disposición del turista, el traslado de aeropuerto-hostal, y viceversa.	\$ 25

Nota: Infantes hasta 2 años no se cobrará estadía, mayores de 2 años será considerado como un adulto y tendrá que cancelar el precio establecido en la tabla. En caso de que el turista alojado en una habitación compartida desee desayuno incluido, deberá cancelar un valor extra de \$3, el desayuno a ofrecer será continental.

3.7 PERSONAL

Aguilar Hostal poseerá un programa de retribuciones para los colaboradores del establecimiento, este programa estará compuesto por un conjunto de incentivos financieros y no financieros, cuyo fin será motivar al trabajador para que continúe laborando de una manera eficaz y eficiente dentro de la compañía.

Acciones

- Al mejor empleado del mes, se dará un día de descanso extra (fuera de las vacaciones anuales), esto será por la recompensa de una tarea exitosa.
- Todos los colaboradores tendrán cursos de capacitación sobre servicio al cliente.

- Se realizarán reuniones cada 3 meses, para que los colaboradores puedan dar sugerencias, opiniones, y de esta manera obtener un mejoramiento en el ambiente laboral.
- Crecimiento profesional dentro de la empresa.

4. CAPITULO IV. PLAN OPERATIVO

Documento en el cual se establecerán los objetivos que se desea cumplir en la empresa, esto ayudará a priorizar las iniciativas más importantes, será una guía de trabajo con los pasos a realizarse y las acciones que se deberán desempeñar para de esta manera alcanzar las metas planteadas (Sinnexus, s.f.)

4.1 ESTRATEGIA DE OPERACIÓN

La estrategia de operación a utilizarse dentro de Aguilar Hostal nos ayudará a tener un uso efectivo de los recursos, de esta manera la empresa logrará conseguir los objetivos planteados y estos son:

- Determinar tiempos de atención en el área de recepción para un servicio rápido hacia el huésped.
- Por medio del avance tecnológico, se podrán recibir sugerencias, comentarios, opiniones, de huéspedes en redes sociales sobre el servicio recibido, logrando así una mejorar en el servicio y producto ofrecido.
- Cada cierto tiempo utilizaremos clientes fantasmas, para de esta manera poder supervisar el servicio dentro del establecimiento.
- Se realizará un registro y control de arreglo de habitaciones dentro del establecimiento.
- En lo que se refiere a suministro y amenities de Aguilar Hostal, se llevará un control de costos, inventarios, de manera que se garantice el manejo adecuado de los recursos.

4.2 LOCALIZACIÓN

Aguilar Hostel se encuentra ubicado en el centro histórico de Quito en la Av. José Joaquín Olmedo y Guayaquil, en la parte posterior de Teatro Sucre. Es una zona muy concurrida de turistas tanto nacionales como internacionales, en sus alrededores las personas podrán encontrar diferentes tipos de edificaciones monumentales como: Iglesias, capillas, conventos, almacenes de comercio, restaurantes, museos, cada uno de estos con su historia y arquitectura.

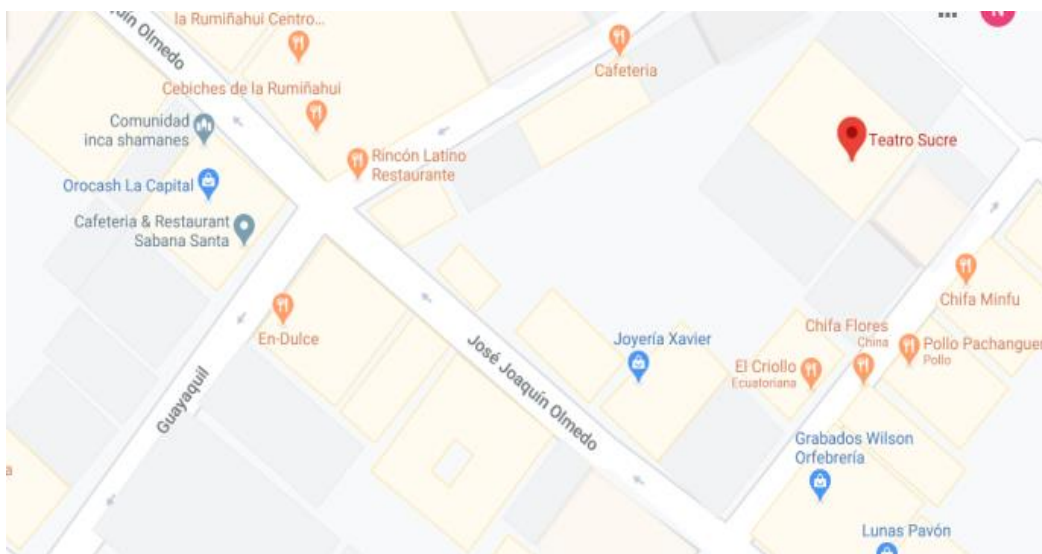


Figura 4. Ubicación de Aguilar Hostel. *Adaptado de google maps, (s,f)*

4.3 CAPACIDAD INSTALADA

Aguilar Hostel posee una capacidad para 40 huéspedes. Dentro del área de alimentos y bebidas tendremos un aforo para 20 personas, el restaurante estará conformado por 5 mesas de 4 sillas.

El horario de operación del establecimiento será de lunes a viernes de 9:00 a 18:00, y los horarios de atención al cliente de Aguilar Hostel serán, de lunes a domingo de 06:00 a 00:00, el establecimiento atenderá normalmente los días feriados.

El horario de desayuno para los huéspedes será de 6:00-9:30am.

Tabla 6

Horarios de atención de Aguilar Hostal

Horarios	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
6:00-9:30	Desayuno	Desayuno	Desayuno	Desayuno	Desayuno	Desayuno	Desayuno
9:00-18:00	H.Operativo	H.Operativo	H.Operativo	H.Operativo	H.Operativo		
6:00-00:00	Serv.Cliente	Serv.Cliente	Serv.Cliente	Serv.Cliente	Serv.Cliente	Serv.Cliente	Serv.Cliente

Horarios de servicio al cliente de Aguilar Hostal.

4.4 DISTRIBUCIÓN ESPACIAL Y NECESIDADES DE EQUIPAMIENTO

El establecimiento se encuentra distribuido en dos plantas, En la planta baja podremos encontrar un sitio de parking, con una capacidad para 6 autos. El lobby del hostel junto con la recepción se encontrará en la parte frontal de la Av. Olmedo. En la planta baja tendremos la oficina de gerencia, y de igual manera la oficina de marketing y ventas, en la parte posterior del establecimiento podremos encontrar un patio al aire libre con 6 mesas de 5 sillas para una capacidad de 30 personas, en este sitio las personas podrán tomar un descanso, y disfrutar de los shows en vivo que se presenten en diferentes días de la semana. Adicional, contaremos con una sala de juegos con diferentes distracciones para los clientes, junto a esta sala podremos encontrar 2 salas de estar, no obstante, Aguilar Hostal, contará con un área de cocina y comedor, dentro del comedor el establecimiento contará con 5 mesas de 4 sillas en este lugar las personas recibirán sus desayunos y de igual manera en caso de que el cliente desee realizar sus propios alimentos podrá hacerlo dentro de este espacio. Finalmente, al lado izquierdo encontraremos dos bodegas, una de alimentos y bebidas, y otra de bodega de limpieza de habitaciones.



Figura 5 Distribución espacial



Figura 6 Distribución espacial 3D

En la planta alta del inmueble, estará compuesto de 8 habitaciones simples, 7 habitaciones dobles, y 3 habitaciones compartidas, cada una de las habitaciones compartidas con 3 literas, cada habitación contará con su baño privado o compartido y poseerán sus respectivos lockers.

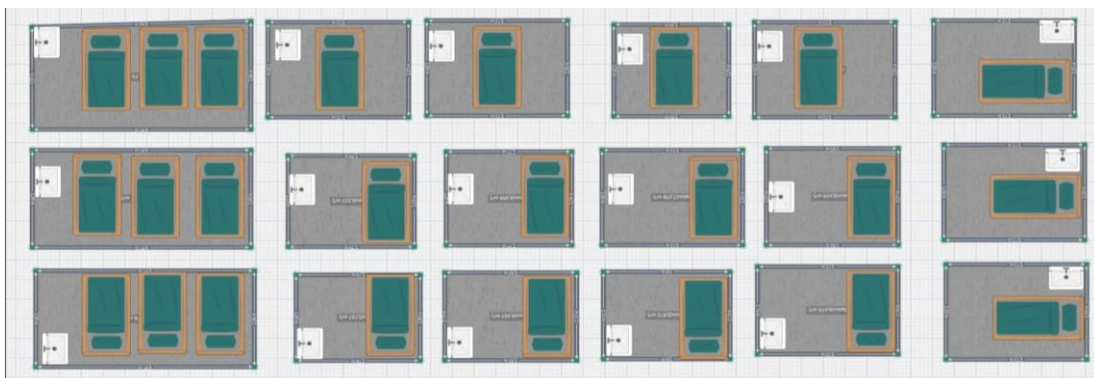


Figura 7. Vista arquitectónica habitaciones

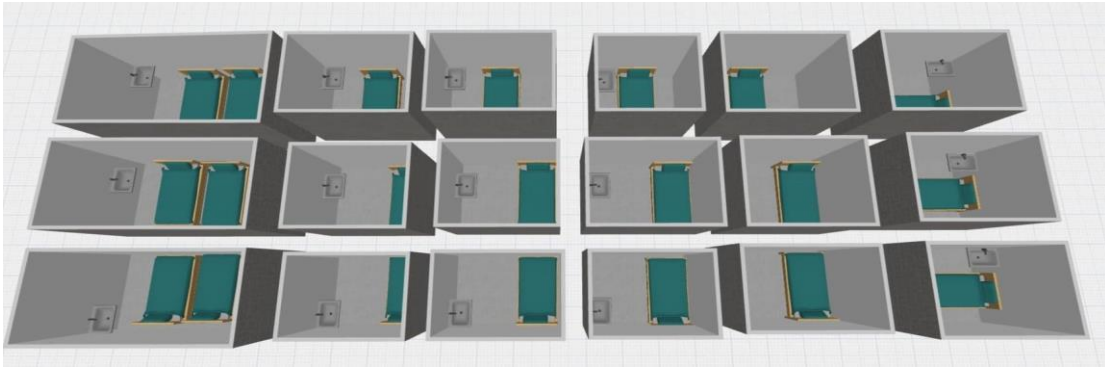


Figura 8. Vista arquitectónica habitaciones 3D

4.4.1 NECESIDADES DE EQUIPAMIENTO

Se utilizará equipamiento industrial acorde a las necesidades de Aguilar Hostal. Dentro del área de habitaciones se utilizarán camas y veladores de madera al estilo rústico, a sus costados encontraremos 2 veladores con lámparas blancas, adicional cada una de las habitaciones simples y dobles contarán con un escritorio y las habitaciones contarán una iluminación natural y artificial.

En el área de cocina, lobby y pasillos de habitaciones, contaremos con equipamiento de seguridad como: Cámaras de vigilancia, extintores y detectores de humo.

En la sala de juegos, encontraremos diferentes tipos juegos electrónicos y de mesa para que los huéspedes puedan disfrutar de estos.

Finalmente, en el área abierta del establecimiento contaremos con luz artificial y luz natural, usando una decoración natural.

4.5 CICLO DE OPERACIONES/ DIAGRAMA DE FLUJO DE OPERACIONES

Todo tipo de empresa, sin importar su tamaño y complejidad, tiene que movilizar una cantidad de recursos para que el producto final llegue a su consumidor, para esto la empresa debe cumplir un ciclo operativo, esto hará referencia al proceso de tiempo que va desde la elaboración del bien o producto hasta su puesta en venta, incluyendo el cobro (Debitoor, s,f)

CICLO DE OPERACIÓN DE RECEPCIÓN

LLEGADA DEL CLIENTE

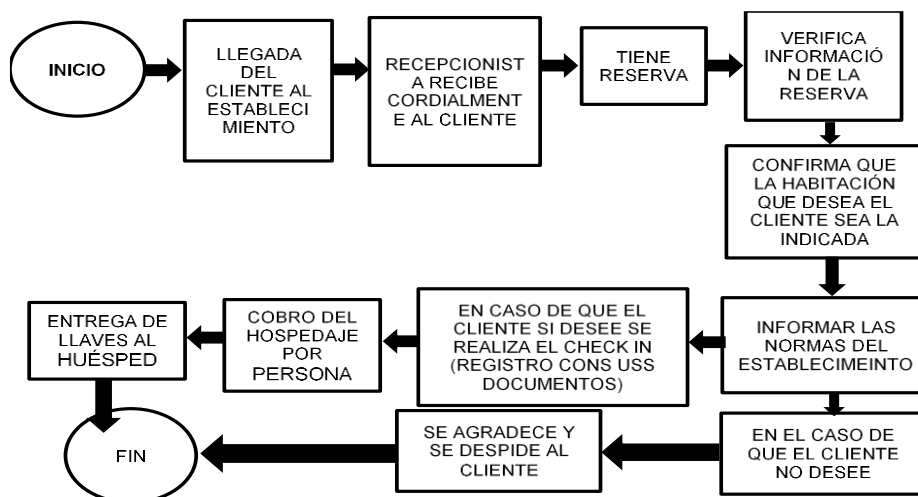


Figura 9. Ciclo de operación desde que llega el cliente

- SALIDA DEL HUÉSPED

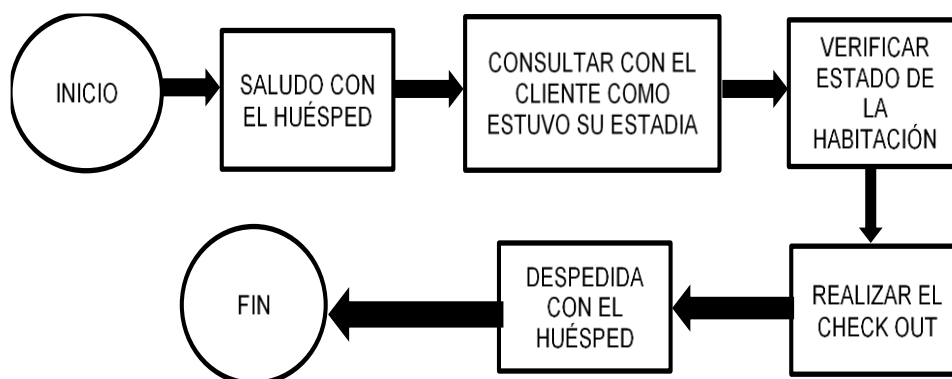


Figura 10. Ciclo de operación salida del cliente

4.6 POLÍTICA DE CALIDAD

El objetivo principal de Aguilar Hostal es, ofrecer y garantizar un servicio y producto de calidad a sus clientes, satisfaciendo necesidades y superando expectativas de cada uno de los turistas. De esta manera, el establecimiento obtendrá una ventaja competitiva frente a sus competidores.

Se tomarán en cuenta distintos estándares de calidad como, por ejemplo:

4.6.1 PROCESO DE SERVICIO:

- Se dará la bienvenida al cliente
- Se explicarán los servicios y productos del establecimiento
- Se explicarán las normas del hostel
- En caso de que el turista necesite apoyo sobre el lugar o sus alrededores a visitar, se brindará la información
- Se realizará el cobro
- Se entregará las llaves de la habitación y sus lockers
- Despedida

Aguilar Hostal, desarrollará diferentes políticas de calidad dentro del establecimiento, entre ellos esta:

- Puntualidad por parte de los colaboradores
- Igualdad en los uniformes de los colaboradores
- Respuestas rápidas en redes sociales hacia los clientes
- Mantener una buena comunicación con el cliente. Recibir un feedback por parte del consumidor, obteniendo sus opiniones, gustos y preferencias al finalizar el servicio.
- Mejoramiento continuo será una de las cosas más esenciales dentro del establecimiento. Por medio de una persona encargada de supervisar los errores del establecimiento, se logrará el mejoramiento y corrección de estos, logrando así una mejora en el proceso, servicio y producto de Aguilar Hostal. Esto ayudará a fomentar un proceso de calidad dentro del servicio y producto de la empresa.

5. CAPITULO V. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1 INVERSIÓN INICIAL, ESTRUCTURA DE CAPITAL

En la siguiente tabla encontraremos información que nos ayudará a verificar los elementos necesarios para el desarrollo del establecimiento Aguilar Hostal.

Cabe recalcar que para el plan financiero del presente proyecto no se ha

tomado en cuenta el precio del terreno, ni de la casa, ya que es una casa que pertenece a la familia Aguilar. De igual manera, para el desarrollo del hostel se ha investigado con un ingeniero y se ha pronosticado una adecuación de \$50000 mil dólares, los cuales fueron nombrados dentro de los activos.

Consiguiente se presenta la tabla donde encontraremos los activos fijos, gastos pre operacionales, préstamo bancario y aporte de accionista. De este modo, se podrá estimar la inversión inicial del proyecto presentado. Adicional, en la parte de anexos encontraremos detalladamente cada uno de los activos que se podrá estimar la inversión inicial del proyecto presentado, y de igual manera encontraremos la amortización del préstamo.

Tabla 7

Estructura e inversión inicial de Aguilar Hostal

INVERSION Y FINANCIAMIENTO					
Inversión	Valor en USD	%	Financiamiento	Valor en USD	%
Activos	\$76.210,00	80%	Préstamo Bancario	30.000	32%
Capital de Trabajo	15.744,49	17%	Aporte de Accionistas	64.824	68%
Gastos preoperacionales	2.870,00	3%			
Total	\$94.824	100%	Total	\$94.824	100%

Tabla 8

Gastos pre operacionales Aguilar Hostal

Gastos Preoperacionales	
Obtención del permiso de operación	200
Diseño de publicidad/ Letrero Led	250
Obtención del permiso SAYCE	110
Contactar personal de comunicación	300
Obtención del permiso ARCSA	110
Capacitación de personal	200
Publicidad empresa	1500
Inauguración del establecimiento	200,00
TOTAL	2.870,00

5.2 ESTRUCTURA DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

En la siguiente tabla se ha detallado costos fijos tomando en cuenta materia prima, amenities, personal eventual, y shows en vivo. Adicional, se han considerado los costos fijos como gastos administrativos, de esta manera podremos obtener el costo total de cada una de las habitaciones, en este caso habitación sencilla, doble y compartida.

Tabla 9
Estructura de costos fijos y variables

COSTOS TOTALES (Expresado en Dólares)											
	Desglose	VALOR / REMUNER	ENE-MAR	ABR-JUN	JUL-SEP	OCT-DIC	SUB-TOTAL 1ER AÑO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	Recepcionista	\$ 1.665,34	\$ 4.996,03	\$ 4.996,03	\$ 4.996,03	\$ 4.996,03	\$ 19.984,13	\$ 20.183,97	\$ 20.385,81	\$ 20.589,67	\$ 20.795,57
	Personal de limpieza	\$ 532,27	\$ 1.596,81	\$ 2.451,93	\$ 2.451,93	\$ 2.451,93	\$ 8.952,60	\$ 9.042,12	\$ 9.132,54	\$ 9.223,87	\$ 9.316,11
	Personal de cocina	\$ 482,27	\$ 1.446,81	\$ 2.451,93	\$ 2.451,93	\$ 2.451,93	\$ 8.802,60	\$ 8.890,62	\$ 8.979,53	\$ 9.069,32	\$ 9.160,02
	Materia Prima	\$ 400,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 4.800,00	\$ 4.848,00	\$ 4.896,48	\$ 4.945,44	\$ 4.945,44
	Personal eventual	\$ 100,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 1.200,00	\$ 1.212,00	\$ 1.212,00	\$ 1.224,12	\$ 1.236,36
COSTOS VARIABLE	Mantenimiento	\$ 150,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 1.800,00	\$ 1.818,00	\$ 1.899,81	\$ 1.918,81	\$ 1.938,00
	Amenities	\$ 120,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 1.440,00	\$ 1.454,40	\$ 1.519,85	\$ 1.535,05	\$ 1.550,40
	Artistas en Vivo (show)	\$ 400,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 4.800,00	\$ 4.848,00	\$ 4.848,00	\$ 4.896,48	\$ 4.945,44
	Total Costos		\$ 11.549,64	\$ 13.409,89	\$ 13.409,89	\$ 13.409,89	\$ 51.779,32	\$ 52.297,11	\$ 52.874,02	\$ 53.402,76	\$ 53.887,33

Tabla 10
Gastos administrativos Aguilar Hostal

GASTOS ADMINISTRATIVO (personal) (Expresado en Dólares)										
DESGLOSE		ENE-MAR	ABR-JUN	JUL-SEP	OCT-DIC	TOTAL 1ER	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente/administrador	\$ 813,17	\$ 2.439,50	\$ 2.439,50	\$ 2.439,50	\$ 2.439,50	\$ 9.757,99	9855,57	9954,12	10053,67	10154,20
Honorarios contador	\$ 200,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 2.400	2424,00	2448,24	2472,72	2497,45
Total Gastos Administ	\$ 1.013,17	\$ 3.039,50	\$ 3.039,50	\$ 3.039,50	\$ 3.039,50	\$ 12.157,99	12279,57	12402,36	12526,39	12651,65

Tabla 11
Gastos de ventas y gastos generales de Aguilar Hostal

GASTOS VENTAS										
DESGLOSE		ENER-MARZ	ABR-JUN	JUL-SEP	OCT-DIC	TOTAL 1ER AÑO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	\$ 350,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 4.200,00	\$ 4.242,00	\$ 4.284,42	\$ 4.327,26	\$ 4.370,54
Mercadólogo y Ventas	\$ 588,45	\$ 1.765,34	\$ 2.451,93	\$ 2.451,93	\$ 2.451,93	\$ 9.121,13	9212,35	9304,47	9397,51	9491,49
Total Gastos de Vent	\$ 938,45	\$ 2.815,34	\$ 3.501,93	\$ 3.501,93	\$ 3.501,93	\$ 13.321,13	13454,35	13588,89	13724,78	13862,03
GASTOS GENERALES										
DESGLOSE		ENE-MAR	ABR-JUN	JUL-SEP	OCT-DIC	SUB-TOTAL 1ER AÑO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papelería	\$ 150,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 1.800,00	\$ 1.818,00	\$ 1.836,18	\$ 1.854,54	\$ 1.873,09
Servicio de teléfono e	\$ 150,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 1.800,00	\$ 1.818,00	\$ 1.836,18	\$ 1.854,54	\$ 1.873,09
Gas	\$ 200,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 2.400,00	\$ 2.424,00	\$ 2.448,24	\$ 2.472,72	\$ 2.497,45
Luz	\$ 400,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 4.800,00	\$ 4.848,00	\$ 4.896,48	\$ 4.945,44	\$ 4.994,90
Agua	\$ 150,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 1.800,00	\$ 1.818,00	\$ 1.836,18	\$ 1.854,54	\$ 1.873,09
Total Gastos Generales		\$ 3.150,00	\$ 3.150,00	\$ 3.150,00	\$ 3.150,00	\$ 12.600,00	\$ 12.726,00	\$ 12.853,26	\$ 12.981,79	\$ 13.111,61

Tabla 12

Costos totales de Aguilar Hostal

COSTOS TOTALES			
AÑOS	COSTO VAR	COSTO FIJO	COSTO TOTAL
PRIMER AÑO	\$ 14.040,00	\$ 37.739,32	\$ 51.779,32
SEGUND AÑO	\$ 14.180,40	\$ 38.116,71	\$ 52.297,11
TERCER AÑO	\$ 14.376,14	\$ 38.497,88	\$ 52.874,02
CUARTO AÑO	\$ 14.519,90	\$ 38.882,86	\$ 53.402,76
QUINTO AÑO	\$ 14.615,64	\$ 39.271,69	\$ 53.887,33

5.3 CAPITAL DE TRABAJO INICIAL

Para llevar a cabo el proyecto presentado necesitaremos un capital de trabajo inicial de \$ 15.7444,49 dólares, esto llevará a Aguilar Hostal a tener un funcionamiento por un período de 3 meses.

Tabla 13

Capital de trabajo

Capital de Trabajo	
Descripción	V/total
Caja Chica	\$ 1.500,00
Operación mensual del personal	\$ 12.244,49
Reserva por 3 meses (Servicios Básicos)	\$ 2.000,00
TOTAL	\$ 15.744,49

5.4 PRESUPUESTO DE NÓMINA PROYECTADA A 5 AÑOS

El presupuesto de nómina de Aguilar Hostal se ha realizado individualmente para cada uno de los colaboradores, dentro de esta tabla se ha tomado en cuenta, less, décimo tercero, décimo cuarto, vacaciones y beneficios voluntarios. De esta manera, se han obtenido diferentes datos financieros para cada uno de los cargos prestados, cabe recalcar que el presupuesto de nómina se encuentra proyectada para 5 años de funcionamiento.

Las tablas de nómina de cada uno de los colaboradores de Aguilar Hostal se encuentran ubicadas en la parte de anexos.

Tabla 14
Presupuestos de nómina de Aguilar Hostal

DESCRIPCION	SUELDO	IESS PAT	SUELDO	BENEFICIOS DE LEY							
	BASICO-MES	0,0945	NETO-MES	Fondo Res	13vo.	14mo.	Vacación	SUB-TOTAL	SUB-TOTAL	AP.PATRO	
				Anual	1			ANUAL	MENSUAL	11,15	
Gerente General	\$ 650,00	61,43	\$ 588,58		\$49,05	\$ 32,83	27,08	108,96	9,08	65,63	
Recepcionistas (3)	\$ 450,00	42,53	\$ 407,48		\$33,96	\$ 32,83	18,75	85,54	7,13	45,43	
Persona de limpieza	\$ 400,00	37,80	\$ 362,20		\$30,18	\$ 32,83	16,67	79,68	6,64	40,39	
Persona de cocina	\$ 400,00	37,80	\$ 362,20		\$30,18	\$ 32,83	16,67	79,68	6,64	40,39	
Mercadólogo y Ventas	\$ 450,00	42,53	\$ 407,48		\$33,96	\$ 32,83	18,75	85,54	7,13	45,43	
Total	\$ 2.350,00	222,17	\$ 2.127,93	TOTAL	0,00	\$ 178,33	\$ 164,17	97,92	439,41	36,62	248,41

GASTO MENSUAL POR EMPLEADO	BENEFICIOS VOLUNTARIOS	NUMERO DE EMPLEADO \$	GASTO MENSUAL	GASTO TRIMESTRAL
763,17	50,00	1	\$ 813,17	\$ 2.439,50
538,45	50,00	3	\$ 1.665,34	\$ 4.996,03
482,27	50,00	1	\$ 532,27	\$ 1.596,81
482,27	0,00	1	\$ 482,27	\$ 1.446,81
538,45	50,00	1	\$ 588,45	\$ 1.765,34
Total		7	\$ 4.081,50	\$ 12.244,49

5.5 ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS

Para la determinación de tarifa dentro de Aguilar Hostal se ha tomado en cuenta distintas variables como: Costos variables, costos fijos, gasto de ventas, gastos administrativos y gastos generales.

Tabla 15
Establecimiento de precios

CAPACIDAD MÁXIMA MENSUAL			ESTRUCTURA DE COSTOS mensual		
NUM TOTAL DE HABITAC	540	# HABIT *30 DIAS	Costos fijos		
MÁX NUM DE DESAYUNOS MENSU	540		RUBRO	VALOR	
MAX DE DESAYUNOS ANUAL	6570		TOTAL MO	3144,94	
			TOTAL DE COSTOS FIJOS		
COSTO DE VENTAS			Costos variable		
MATERIA PRIMA	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL	RUBRO	VALOR	PORCENTAJE
Costo de recetas en máximo	12154,5	999	TOTAL MP	1132,875	25,18
Amenities en total capac	1440	120	TOTAL CIF	1100	2,04
TOTAL MP	13594,5	1132,875	TOTAL DE C.VARIABLES	2232,875	27,21
MANO DE OBRA					
Personal operativo alojam	28936,73	2411,39			
Personal operativo AyB	8802,60	733,55			
TOTAL MO	37739,32	3144,94			
COSTOS INDIRECTOS					
Luz, Agua	6600	550			
Mantenimiento	1800	150			
Artistas en vivo	4800	400			
TOTAL CIF	13200	1100			
			El costo unitario de renta de habitación es la suma de costos fijos y variables dividido para el número total de habitaciones.		
			COSTO UNIT PROMEDIO POR HABITACIÓ	9,96	

Tabla 16
Precios de habitaciones de Aguilar Hostal

PRODUCTOS	\$
HABITACIÓN SIMPLE	\$20,00
HABITACIÓN DOBLE	\$35,00
HABITACIÓN COMPARTIDA	\$12,00
Desayuno	\$3,00

5.6 PROYECCIÓN DE VENTAS A 5 AÑOS

Para la proyección de ventas de Aguilar Hostal se ha tomado en cuenta datos estadísticos presentados por Quito Turismo. En este caso Quito en cifras 2019, nos presenta datos sobre el porcentaje de ocupación de hoteles de segunda categoría 3 estrellas. En el año 2019 hubo un porcentaje de ocupación de 51%, adicional, también nos brinda información sobre el incremento de demanda turística en la ciudad, este incremento varía entre 4% y 6%. Finalmente, en cuanto a la investigación realizada, Quito Turismo nos proporciona información sobre temporadas altas y bajas dentro de la capital, los meses con mayor afluencia de turistas son los meses de junio, julio, agosto y diciembre.

Según los datos mencionados, Aguilar Hostal ha proyectado una ocupación de 30% en el mes de enero y llegando a una ocupación del 60% en los meses de temporada alta junio, julio y diciembre, adicional, se ha tomado en cuenta un incremento de demanda turista de 4.5%. Finalmente, para el porcentaje de ocupación mencionada también se ha tomado en cuenta el porcentaje de ocupación de la competencia, y de los datos mencionado por el experto dentro de la entrevista realizada.

Para cada una de las habitaciones se ha fijado una tarifa, para la habitación simple \$20, habitación doble \$30 y la habitación compartida \$12. En caso de que un huésped hospedado en la habitación compartida desee un desayuno, el precio adicional que deberá pagar será de \$3 dólares.

Tabla 17

Proyección de ventas de Aguilar Hostal

NOCHES VENDIDAS INICIO CON UN 30% OCUPACIÓN													
PRODUCTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
HABITACIÓN SIMPLE	96	108	120	120	120	132	144	132	120	120	132	144	1488
HABITACIÓN DOBLE	84	95	105	105	105	116	126	116	105	105	116	126	1302
HABITACIÓN COMPARTI	216	243	270	270	270	297	324	297	270	270	270	324	3321
TOTAL	396	446	495	495	495	545	594	545	495	495	518	594	6.111

INGRESOS TOTALES POR ALOJAMIENTO TRIMESTRAL

Expresado en dólares										
Productos a vender	ENE-MAR	ABR-JUN	JUL-SEP	OCT-DIC	SUB-TOTAL 1ER AÑO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
HABITACIÓN SIMPLE	\$6.480,00	\$7.440,00	\$7.920,00	\$7.920,00	\$29.760,00	\$31.099,20	\$32.498,66	\$33.961,10	\$35.489,35	
HABITACIÓN DOBLE	\$9.922,50	\$11.392,50	\$12.127,50	\$12.127,50	\$45.570,00	\$47.620,65	\$49.763,58	\$52.002,94	\$54.343,07	
HABITACIÓN COMPARTIDA	\$8.748,00	\$10.044,00	\$10.692,00	\$10.368,00	\$39.852,00	\$41.645,34	\$43.519,38	\$45.477,75	\$47.524,25	
TOTAL DE NOCHES VENDI	\$25.150,50	\$28.876,50	\$30.739,50	\$30.415,50	\$115.182,00	\$120.365,19	\$125.781,62	\$131.441,80	\$137.356,68	

CANTIDAD DE DESAYUNOS AL AÑO

PRODUCTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Desayunos vendidos	100	122	135	135	135	149	162	149	135	135	135	162	1661	1735	1813	1895	1980
TOTAL	\$ 192,00	\$ 192,25	\$ 202,50	\$ 202,50	\$ 202,50	\$ 222,75	\$ 243,00	\$ 222,75	\$ 202,50	\$ 202,50	\$ 202,50	\$ 243,00	\$ 2.490,75	\$ 2.602,83	\$ 2.692,83	\$ 2.804,72	\$ 2.940,53

5.7 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

En cuanto a la situación actual de Aguilar Hostal, se necesitará un total de activos de \$ 94824; un pasivo de \$30000 dólares, y un capital social de \$64.824.

Tabla 18

Estado de situación inicial de Aguilar Hostal

ACTIVOS		PASIVOS	
BANCOS	15744,49	PRESTAMO BANCARIO	30000
ACTIVOS FIJOS	76210		
GASTOS PREOPERACIONALES	2870		
TOTAL	94824		
		PATRIMONIO	
		CAPITAL SOCIAL	64824
		TOTAL	94824

5.8 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS A 5 AÑOS

Dentro de la siguiente tabla, podemos observar el estado de resultado de Aguilar Hostal, dentro de este estado financiero se ha obtenido datos como: Utilidad departamental, utilidad bruta operacional, utilidad neta operacional e impuestos a la renta. Realizado este proceso financiero, se puede visualizar las ganancias en los 5 primeros años, no obstante, se puede decir que desde el primer año de funcionamiento del establecimiento de Aguilar Hostal se obtiene una utilidad de \$4.752 dólares, logrando el incremento de la utilidad neta en los

5 años proyectados.

Tabla 19
Estado de pérdidas y ganancias de Aguilar Hostal a 5 años

ESTADO DE RESULTADOS INTERMEDIO					
Expresado en Dolares					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas de alojamiento	117.672,75	122.968,02	128.384,46	137.126,52	143.297,21
Costos de Ventas	51.779,32	52.297,11	52.874,02	53.402,76	53.887,33
Utilidad Bruta	65.893,43	70.670,91	75.510,44	83.723,76	89.409,88
Gastos Administrativos	12.157,99	12.279,57	12.402,36	12.526,39	12.651,65
Gastos Generales	12.600,00	12.726,00	12.853,26	12.981,79	13.111,61
Gastos de Ventas	13.321,13	13.454,35	13.588,89	13.724,78	13.862,03
Amortización gastos preoperativos	956,67	956,67	956,67		
Utilidad Operativa (GOP)	26.857,64	31.254,33	35.709,26	44.490,80	49.784,59
Gastos Financieros	3.060,18	2.386,38	1.712,58	1.038,78	364,98
Amortización préstamo	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Depreciación	10.342,00	10.342,00	10.342,00	10.092,00	10.092,00
Utilidad antes de Imptos y Rep.trab.	7.455,46	12.525,95	17.654,68	27.360,02	33.327,61
15% trabajadores	1.118,32	1.878,89	2.648,20	4.104,00	4.999,14
Utilidad antes de Impuesto a la Renta	6.337,14	10.647,06	15.006,48	23.256,02	28.328,47
25% Impuesto a la Renta	1.584,29	2.661,77	3.751,62	5.814,00	7.082,12
Utilidad Neta o Pérdida del Ejercicio	\$4.752,86	\$7.985,30	\$11.254,86	\$17.442,01	\$21.246,35

5.9 FLUJO DE CAJA PROYECTADA (5 AÑOS DEFINIR TASA DE DESCUENTO)

En la siguiente tabla podemos observar el flujo de caja para los primeros 5 años. Dentro de esta tabla se puede observar cada uno de los rubros como: Ingresos operacionales, egresos operacionales, ingresos no operacionales como por ejemplo préstamo bancario y aporte de accionistas, consiguiendo así obtener el flujo neto expresado en dólares.

Tabla 20
Flujo de caja de Aguilar Hostal, proyectada a 5 años

FLUJO DE CAJA						
Expresado en Dolares						
RUBROS	AÑO 0	SUB-TOTAL 1ER AÑO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Depreciación		10.342,00	10.342,00	10.342,00	10.092,00	10.092,00
Amortización		367	367	367	200	200
INGRESOS OPERACIONALES						
Habitación Simple	\$	29.760,00	\$31.099,20	\$ 32.498,66	\$ 33.961,10	\$ 35.489,35
Habitación Doble	\$	45.570,00	\$47.620,65	\$ 49.763,58	\$ 52.002,94	\$ 54.343,07
Habitación Compartida	\$	39.852,00	\$41.645,34	\$ 43.519,38	\$45.477,75	\$ 47.524,25
Desayuno Adicionales	\$	2.490,75	\$2.602,83	\$ 2.602,83	\$5.684,72	\$ 5.940,53
A. TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	\$	117.672,75	\$122.968,02	\$ 128.384,46	\$ 137.126,52	\$ 143.297,21
EGRESOS OPERACIONALES						
COSTOS DE VENTAS		51.779	52.297	52.874	53.403	53.887
GASTOS DE VENTAS		13.321	13.454	13.589	13.725	13.862
GASTOS ADMINISTRATIVOS (personal)		12.157,99	12.280	12.402	12.526	12.652
GASTOS GENERALES (administrativos)		12.600,00	12.726	12.853	12.982	13.112
B. TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		89.858	90.757	91.719	92.636	93.513
C. FLUJO NETO OPERACIONAL (A - B)		27.814	32.211	36.666	44.491	49.785
INGRESOS NO OPERACIONALES						
APORTES DE ACCIONISTAS	64.824		-	-	-	-
PRESTAMO BANCARIO	30.000		-	-	-	-
D. TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	94.824					
EGRESOS NO OPERACIONALES						
ADQUISICION DE EQUIPO Y ACTIVO	76.210,00					
CAPITAL DE TRABAJO	15.744,49					
GASTOS PREOPERACIONALES	2.870					
GASTOS FINANCIEROS						
INTERESES PRESTAMO BANCARIO		3.060	2.386	1.713	1.039	365
CAPITAL PRESTAMO BANCARIO		6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
E. TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	94.824	9.060	8.386	7.713	7.039	6.365
F. FLUJO NO OPERACIONAL	(0)	(9.060)	(8.386)	(7.713)	(7.039)	(6.365)
G. FLUJO GENERADO NETO (C + E - F)	0	36.874	23.825	28.953	37.452	43.420

5.10 PUNTO DE EQUILIBRIO (EN UNIDADES O DINERO)

Aguilar Hostal para llegar a su punto de equilibrio, debe vender una cantidad de \$63.424 dólares anuales, es decir al mes \$5.285 dólares, esto representa 125 noches vendidas al mes.

Tabla 21

Punto de equilibrio de Aguilar Hostal

Utilidad operativa	37619,3224	0,593131151	
Costo promedio de alojamiento	52848,1098	\$ 63.424,96	P.E ANUAL
		\$ 5.285,41	PE.MENSUAL

VENTAS PROMEDIO	
\$ 10.824,15	VENTA PROMEDIO MENSUAL
\$ 360,80	VENTA PROMEDIO DIARIO
14,65	DÍAS PUNTO DE EQUILIBRIO
125,84	HABITACIONES VENDIDAS AL MES
23%	PORCETAJE DE OCUPACIÓN EN P.E

5.11 EVALUACIÓN DE RENTABILIDAD MEDIANTE EL (VAN Y TIR)

El valor actual neto es una medida de rentabilidad de una determina empresa en términos absolutos netos de unidades monetarias. Mediante este proceso podremos determinar si el proyecto presentado es viable. En la siguiente figura se presenta una tabla con sus respectivos valores entre el año 0 al año 5, dándonos un VAN de \$29.341,04, en este caso el resultado del valor actual neto del establecimiento es un resultado positivo. Adicional, en cuanto a la tasa interna de retorno su función es señalar la tasa a la cual recuperaremos la inversión inicial de nuestro negocio. Dentro de los 5 años Aguilar hostel tendrá una TIR de 22,15%, esto quiere decir que Aguilar Hostal posee una tasa de retorno favorable, por lo que se deduce que el proyecto planteado es viable y se puede invertir en este.

Tabla 22
Punto de equilibrio

VALOR PRESENTE NETO	
AÑOS	VALORES
AÑO 0	(94.824)
AÑO 1	36.874,48
AÑO 2	23.824,62
AÑO 3	28.953,35
AÑO 4	37.452,02
AÑO 5	43.419,61

VAN	\$29.341,04
------------	--------------------

TIR	22,15%
------------	---------------

6. CONCLUSIONES

Mediante el presente proyecto se concluye que la creación de una empresa de alojamiento turístico de 3 estrellas es un proyecto realizable y necesario dentro del Centro Histórico de Quito, brindando un servicio de calidad a un buen precio.

En cuanto al perfil del cliente que recibirá Aguilar Hostal, el 55% se encuentra en un rango de edad de 24 y 34 años. El 95.5% han señalado que se hospedarían dentro del Centro Histórico de Quito en un hostel, y están dispuestos a pagar entre \$15 y \$40 dólares.

Según datos de Quito Turismo, la ciudad capital posee 535 establecimientos de alojamiento tipo hostel registrados, de los cuales 27 establecimientos son de 3 estrellas y específicamente sobre el centro histórico se tiene que, la tasa de ocupación hotelera para hostales de tres estrellas de la cual es parte el objeto del presente estudio, es del 31,6% (Quito Turismo, 2016, pág. 13). Por este motivo conocer a nuestra competencia es muy importante, además de saber los servicios que ofrecen, el producto que brindan, y el precio del producto de los hostales ubicados dentro del Centro Histórico de Quito, nos ayudará a fijar

diferentes estrategias de marketing.

Dentro del plan operativo se definieron estándares de calidad como: determinar tiempos de atención, esto facilitará a dar un mejor servicio al cliente, de igual manera la continua capacitación del personal será fundamental para el buen desarrollo del establecimiento.

Para el establecimiento Aguilar Hostal, se ha establecido una estructura organizacional por departamentos y por puestos, el cual se encuentra conformada por 7 colaboradores, cada uno de estos con sus respectivas funciones en cada área asignada.

En cuanto al plan financiero, cabe recalcar que es muy importante tener claro los costos variables, y los costos fijos de las habitaciones, y en este caso el costo del desayuno que vendría incluido dentro de las habitaciones sencillas y dobles, esto junto con el margen de utilidad se podrá fijar una tarifa rentable para la empresa, y conveniente para el huésped.

En cuanto al estudio realizado del plan financiero de Aguilar Hostal, se concluye que para llegar al punto de equilibrio del establecimiento se debe obtener un ingreso anual de \$63.524 dólares, esto se conseguirá con una ocupación mínima de 23%, por ende, se debe vender 126 habitaciones mensuales para que el establecimiento no tenga ni pérdidas, ni ganancias.

Finalmente, en cuanto a lo presentado se concluye que Aguilar Hostal es un proyecto viable, el inversionista empezará a ver utilidad a partir del primer año de funcionamiento, obteniendo al quinto año un valor actual neto de \$29.341 y una TIR de 22.15%.

REFERENCIAS

AHOTEC. (2019). *Normas Técnicas de Competencia Laboral*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2019, de <https://www.hotelesecuador.com.ec/downloads.php?tipo=Sector%20Turismo:%20Alojamiento&menu=23&submenu1=45&idiom=1>.

Alcívar, C., Calderón, J., & Montiel, I. (2015). *Los sistemas de información y su utilidad en los canales hoteleros de la ciudad de Guayaquil (Ecuador)*. Observatorio de la Economía Latinoamericana. Recuperado el 29 de Noviembre de 2019, de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2015/hoteles-guayaquil.zip>

Booking. (2019). *Hostales y pensiones en Quito*. Recuperado el 17 de Enero de 2020, de <https://www.booking.com/guest-house/city/ec/quito.es.html>

Carrascal, C. (2019). 2019: Perspectivas y necesidades del turismo en América Latina. Recuperado el 29 de Noviembre de 2019, de <https://medium.com/@ccarrascal/2019-perspectivas-y-necesidades-del-turismo-en-am%C3%A9rica-latina-parte-1-8354d4609e3d>

Carrión, F. (2007). *Financiamiento de los centros históricos de América Latina y el Caribe*. Flacso: Ecuador. Recuperado el 22 de noviembre de 2019, de 204: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/55653619/08._Financiamiento_de_centros_historicos..._Pablo_Samaniego_P..pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DFinanciamiento_de_centros_historicos_el.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-

Cepeda, M., Ramia, D., Endara, P., & Villota, R. (2015). *Análisis del Mercado*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2019, de https://www.usfq.edu.ec/programas_academicos/colegios/chat/publicaciones/Documents/An%C3%A1lisis%20del%20Mercado%20Hotelero%20de%20Quito.pdf

Concejo Metropolitano de Quito. (2019). *Código Municipal para el distrito Metropolitano de Quito*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2019, de http://www.epmrq.gob.ec/images/servicios/Codigo_Municipal.pdf

Del Toro, M. (2011). Calidad de las habitaciones del hotel y servicio de excelencia. Recuperado el 29 de Noviembre de 2019, de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/calidad-habitaciones-hotel-y-servicio-de-excelencia/>

Del Toro, M. (2011). *Calidad del servicio en el área de alojamiento hotelero*. Recuperado el 29 de noviembre de 2019, de <https://www.gestipolis.com/calidad-servicio-area-alojamiento-hotelero/>

EALDE. (2019). *5 teorías del emprendimiento para conocer el significado de*

“emprender”. Recuperado el 25 de Noviembre de 2019, de <https://www.ealde.es/teorias-emprendimiento-emprender/>

Espino, T. (2014). *La estrategia de operaciones y su impacto en el resultado organizativo*. Una aplicación empírica al sector hotelero en las Islas Canarias. *Revista de Análisis Turístico*(17), 1-12. Recuperado el 39 de noviembre de 2019

Esteve, R., Torres, E., Fuentes, R., & Martín, M. (2006). *Estructura de mercados turísticos*. España: UOC.

Fernández, M. (2018). Los mejores hostels de Sudamérica. Recuperado el 17 de Marzo de 2020, de Hostelworld: <https://www.spanish.hostelworld.com/blog/los-mejores-hostels-de-sudamerica/>

García, R. (2018). *Tendencias que están transformando los hoteles*. Recuperado el 25 de Marzo de 2020, de <https://www.aprendedeturismo.org/tendencias-hoteles-2018/>

González, J. (8 de Agosto de 2014). *El cliente de un hotel 'low cost' solo busca dormir*. CincoDías - El País. Recuperado el 27 de noviembre de 2019, de https://cincodias.elpais.com/cincodias/2014/08/08/sentidos/1407527022_033093.html

Hotelerum. (2019). *5 Estrategias Eficaces de Marketing para los Hoteles de Hoy*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2019, de <https://www.hotelerum.com/5-estrategias-de-marketing-para-hoteles/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2018). *Ecuador en cifras*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Migracion/2018/Principales_resultados_ESI_2018.pdf

Jiménez, J. (2016). *Propuesta de opciones de manejo administrativo, operativo y de servicios para los hostales de primera categoría; caso práctico: Hostal Casa Lloret, en la ciudad de Cuenca*. Ecuador: Universidad de Cuenca. Recuperado el 15 de Mayo de 2020, de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/23305/1/tesis.pdf>

Ministerio de Turismo. (2016). *Reglamento general de actividades turísticas*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2019, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-Actividades-Turísticas.pdf>

Ministerio del Turismo. (2018). *Turismo en cifras*. Recuperado el 24 de Abril de 2019, de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras>

Pérez, J. (2016). *Operaciones y gestión de empresas turísticas*. España:

Universidad Almería.

Quito Turismo. (2016). *Caracterización del turismo receptor en el DMQ, N° 6*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2019, de Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turismo: <https://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/es/estadisticas/datos-turisticos-adicionales/category/11-gasto-y-perfil-del-turista?download=568:2016-perfil-turista-dmq>

Quito Turismo. (2019). *Calidad Turística*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2019, de <https://www.quito-turismo.gob.ec/destacados/3-distintivo-q>

Quito Turismo. (2019). *Cifras Quito 2019 Mayo*. Ecuador: La Institución.

Quito Turismo. (2019). *Tasa hotelera*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2019, de Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico: <https://www.quito-turismo.gob.ec/destacados/1-servicio-hotelero>

Rosero, C. (2015). *Plan estratégico de marketing para el hostel Minka*. Ecuador: PUCE. Recuperado el 29 de Noviembre de 2019, de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10171/Trabajo%20de%20Titulaci%c3%b3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Torres, C. (2014). *¿Qué características tienen los alojamientos hostels?* Recuperado el 29 de Noviembre de 2019, de DondeViajar: <http://dondeviajar.republica.com/hoteles-tematicos/que-caracteristicas-tienen-los-alojamientos-hostels.html>

Zambrano, J. (2018). *Diagnóstico de los recursos humanos para la mejora del funcionamiento de los establecimientos de hospedaje en la ciudad de Manta*. Ecuador: Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López. Recuperado el 29 de Noviembre de 2019, de <http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/735/1/TT84.pdf>

Zambrano, R. (2006). *Quito Patrimonio de la Humanidad*. Ecuador: Libresa. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=z-9Mj3cFHE0C&oi=fnd&pg=PA3&dq=quito+patrimonio+cultural+de+la+humanidad&ots=UOLWI37eNZ&sig=fsGRL8We95P1_XFFQIcQN_Y5MpM#v=onepage&q=quito%20patrimonio%20cultural%20de%20la%20humanidad&f=false

ANEXOS

FORMATO DE LA ENCUESTA

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

In the following survey, certain points will be taken for the creation of a 3-star hostel-type accommodation company, this hostel will be located in the historic center of the city of Quito-Ecuador.

INFORMATIVE DATA:

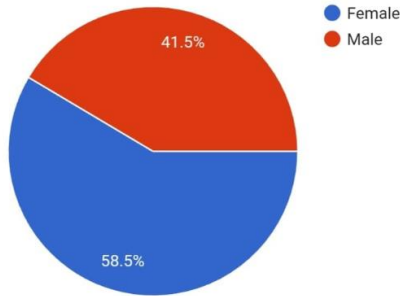
- 1) GENDER: Female Male
- 2) AGE: 18-24 24- 34 More than 34 years
- 3) NATIONALITY: Germany Brasil United States Others
- 4) OCCUPATION
- Student Worker Both
- 5) If you are working, how much is your salary range?
- \$500-800 \$800-1200 More than \$1200
- 6) Would you like to visit Quito-Ecuador?
- Yes No
- 7) If the previous question is Yes, what would motivate you to visit Quito?
- Turism Job Studies Others
- 8) If you travel to another country, would you consider staying in a hostel?
- Yes No
- 9) How much would you be willing to pay to stay a night in a hostel?
- \$10-15 \$15-25 \$25-40 more than \$40
- 10) Which of the options do you consider most important within a hostel?
- Service Price Location Comfort
- 11) Would you like that a hostel must have food a beverage service?
- Yes No
- 12) Would you like that a hostel should have a guide turism service?
- Yes No
- 13) How would you like to receive information from a hostel establishment?
- Social Media Email Phone

THANK YOU VERY MUCH FOR YOUR TIME.

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

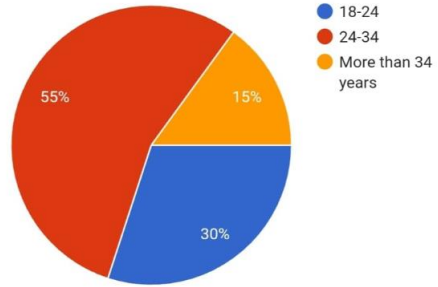
Gender

41 responses



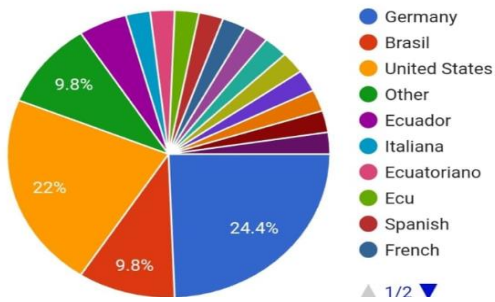
Age

40 responses



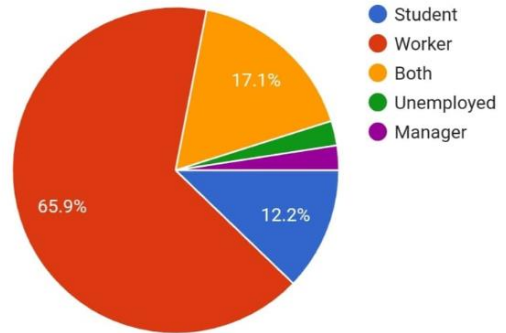
Nationality

41 responses



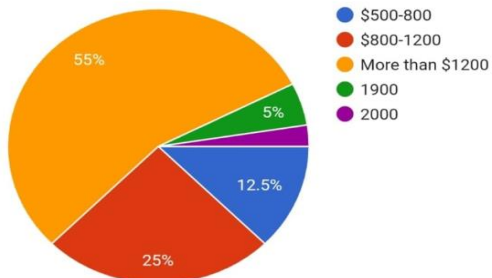
Occupation

41 responses



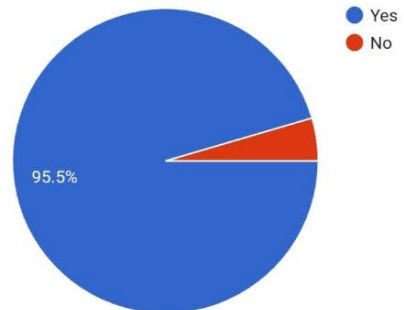
If you are working how much is your salary range?

40 responses



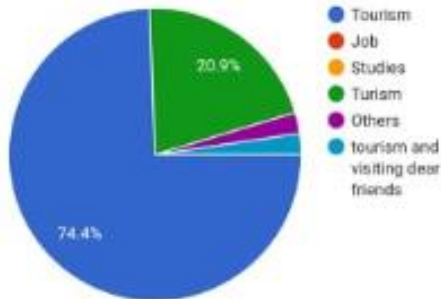
Would you like to stay in the historical center of Quito

44 responses



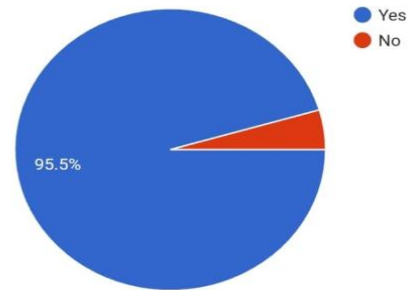
If the previous question is Yes, what would motivate you to visit Quito

43 responses



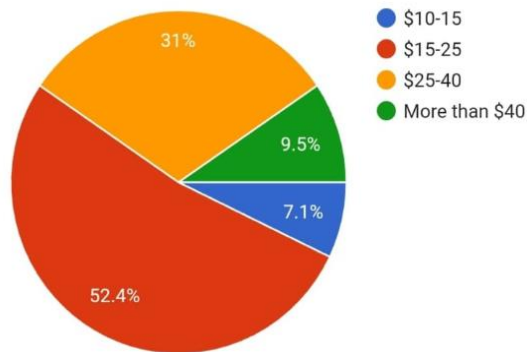
If you travel to another country, would you consider staying in a hostel

44 responses



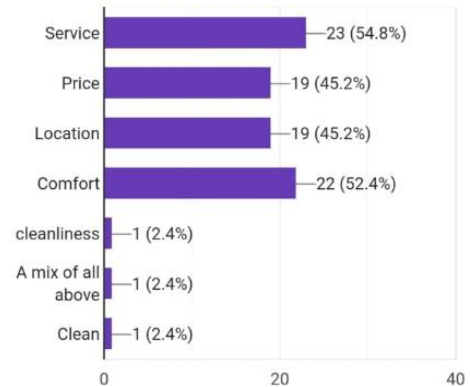
How much would you be willing to pay to stay a night in a Hostel

42 responses



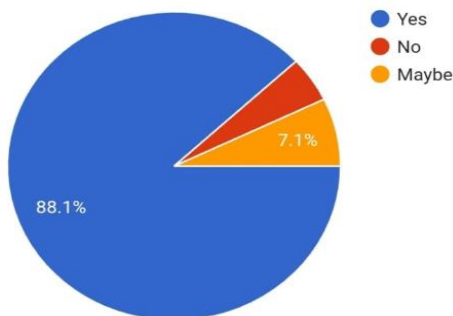
Which of the options do you consider must important within a hostel

42 responses



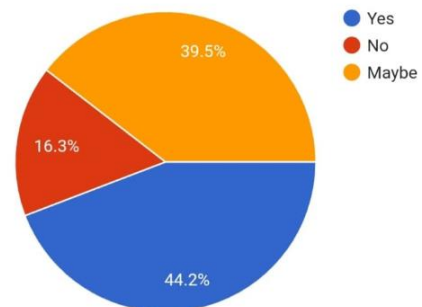
Would you like a Hostel to have food and beverage service?

42 responses



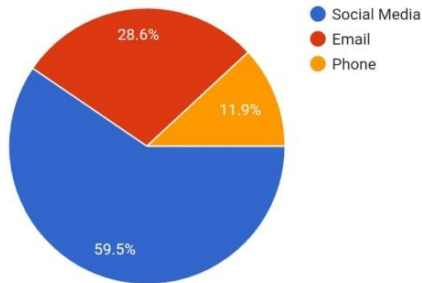
Would you like a Hostel to have guide tourism service?

43 responses



How would you like to receive information from a Hostel establishment?

42 responses



TABLAS DE NÓMINA

AÑO 2				BENEFICIOS DE LEY						
DESCRIPCION	SUELDO	IESS PAT	SUELDO	Fondo Res	13vo.	14mo.	Vacación	SUB-TOTAL	SUB-TOTAL	AP.PATRO
	BASICO-MES	0,0945	NETO-MES	ANUAL	1			ANUAL	MENSUAL	11,15
Gerente General	\$ 661,00	62,46	\$ 598,54	55,06	\$49,88	\$ 33,75	27,54	166,23	13,85	66,74
Recepcionistas (3)	\$ 511,00	48,29	\$ 462,71	42,57	\$38,56	\$ 33,75	21,29	136,17	11,35	51,59
Personal de limpieza	\$ 511,00	48,29	\$ 462,71	42,57	\$38,56	\$ 33,75	21,29	136,17	11,35	51,59
Personal de cocina	\$ 511,00	48,29	\$ 462,71	42,57	\$38,56	\$ 33,75	21,29	136,17	11,35	51,59
Mercadólogo y ventas	\$ 511,00	48,29	\$ 462,71	42,57	\$38,56	\$ 33,75	21,29	136,17	11,35	51,59
Total	\$ 2.705,00	255,72	\$ 2.449,38	225,33	\$ 205,11	\$ 168,75	112,71	710,90	59,24	284,26

GASTO MENSUAL POR EMPLEADO	NUMERO DE EMPLEADO	GASTO MENSUAL	GASTO TRIMESTRAL
831,50	1	\$ 881,50	\$ 2.644,51
650,47	3	\$ 2.001,41	\$ 6.004,23
650,47	1	\$ 700,47	\$ 2.101,41
650,47	1	\$ 650,47	\$ 1.951,41
650,47	1	\$ 700,47	\$ 2.101,41
Total	7	\$ 4.934,32	\$ 14.802,97

AÑO 3				BENEFICIOS DE LEY						
DESCRIPCION	SUELDO	IESS PAT	SUELDO	Fondo Res	13vo.	14mo.	Vacación	SUB-TOTAL	SUB-TOTAL	AP.PATRO
	BASICO-MES	0,0945	NETO-MES	ANUAL	1			ANUAL	MENSUAL	11,15
Gerente General	\$ 672,00	63,50	\$ 608,50	55,98	\$50,71	\$ 34,67	28,00	169,35	14,11	67,85
Recepcionistas (3)	\$ 522,00	49,33	\$ 472,67	43,48	\$39,39	\$ 34,67	21,75	139,29	11,61	52,70
Personal de limpieza	\$ 522,00	49,33	\$ 472,67	43,48	\$39,39	\$ 34,67	21,75	139,29	11,61	52,70
Personal de cocina	\$ 522,00	49,33	\$ 472,67	43,48	\$39,39	\$ 34,67	21,75	139,29	11,61	52,70
Mercadólogo y ventas	\$ 522,00	49,33	\$ 472,67	43,48	\$39,39	\$ 34,67	21,75	139,29	11,61	52,70
Total	\$ 2.760,00	260,91	\$ 2.499,18	229,91	\$ 209,27	\$ 173,33	115,00	726,51	60,54	289,81

GASTO MENSUAL POR EMPLEADO	NUMERO DE EMPLEADO	GASTO MENSUAL	GASTO TRIMESTRAL
845,70	1	\$ 895,70	\$ 2.687,09
664,66	3	\$ 2.043,99	\$ 6.131,96
664,66	1	\$ 714,66	\$ 2.143,99
664,66	1	\$ 664,66	\$ 1.993,99
664,66	1	\$ 714,66	\$ 2.143,99
Total	7	\$ 5.033,67	\$ 15.101,01

AÑO 4

DESCRIPCION	SUELDO	IESS PAT	SUELDO
	BASICO-MES	0,0945	NETO-MES
Gerente General	\$ 683,00	64,54	\$ 618,46
Recepcionistas (3)	\$ 533,00	50,37	\$ 482,63
Personal de limpieza	\$ 533,00	50,37	\$ 482,63
Personal de cocina	\$ 533,00	50,37	\$ 482,63
Mercadólogos y ventas	\$ 533,00	50,37	\$ 482,63
Total	\$ 2.815,00	266,11	\$ 2.548,88

BENEFICIOS DE LEY							
Fondo Res	13vo.	14mo.	Vacación	SUB-TOTAL	SUB-TOTAL	AP.PATRO	
ANUAL	1			ANUAL	MENSUAL	11,15	
56,89	\$51,54	\$ 35,58	28,46	172,47	14,37	68,96	
44,40	\$40,22	\$ 35,58	22,21	142,41	11,87	53,81	
44,40	\$40,22	\$ 35,58	22,21	142,41	11,87	53,81	
44,40	\$40,22	\$ 35,58	22,21	142,41	11,87	53,81	
44,40	\$40,22	\$ 35,58	22,21	142,41	11,87	53,81	
TOTAL	\$ 234,49	\$ 213,42	\$ 177,92	117,29	742,11	61,84	295,36

GASTO MENSUAL POR EMPLEADO	NUMERO DE EMPLEADOS	GASTO MENSUAL	GASTO TRIMESTRAL
859,89	1	\$ 909,89	\$ 2.729,66
678,85	3	\$ 2.086,56	\$ 6.259,69
678,85	1	\$ 728,85	\$ 2.186,56
678,85	1	\$ 678,85	\$ 2.036,56
678,85	1	\$ 728,85	\$ 2.186,56
Total	7	\$ 5.133,02	\$ 15.399,05

AÑO 5

DESCRIPCION	SUELDO	IESS PAT	SUELDO
	BASICO-MES	0,0945	NETO-MES
Gerente General	\$ 694,00	65,58	\$ 628,42
Recepcionistas (3)	\$ 544,00	51,41	\$ 492,59
Personal de limpieza	\$ 544,00	51,41	\$ 492,59
Personal de cocina	\$ 544,00	51,41	\$ 492,59
Mercadólogos y ventas	\$ 544,00	51,41	\$ 492,59
Total	\$ 2.870,00	271,31	\$ 2.598,79

BENEFICIOS DE LEY							
Fondo Res	13vo.	14mo.	Vacación	SUB-TOTAL	SUB-TOTAL	AP.PATRO	
ANUAL	1			ANUAL	MENSUAL	11,15	
57,81	\$52,37	\$ 36,50	28,92	175,59	14,63	70,07	
45,32	\$41,05	\$ 36,50	22,67	145,53	12,13	54,92	
45,32	\$41,05	\$ 36,50	22,67	145,53	12,13	54,92	
45,32	\$41,05	\$ 36,50	22,67	145,53	12,13	54,92	
45,32	\$41,05	\$ 36,50	22,67	145,53	12,13	54,92	
TOTAL	\$ 239,07	\$ 217,57	\$ 182,50	119,58	757,72	63,14	300,91

GASTO MENSUAL POR EMPLEADO	NUMERO DE EMPLEADOS	GASTO MENSUAL	GASTO TRIMESTRAL
874,08	1	\$ 924,08	\$ 2.772,24
693,05	3	\$ 2.129,14	\$ 6.387,42
693,05	1	\$ 743,05	\$ 2.229,14
693,05	1	\$ 693,05	\$ 2.079,14
693,05	1	\$ 743,05	\$ 2.229,14
Total	7	\$ 5.232,36	\$ 15.697,09

