

TOKEN DE SERVICIOS HOTELEROS

WhitePaper

 BLUE OCEAN

 GRUPO DE INVESTIGACIÓN
BISITE .usa.es

Best Western.
Hotels & Resorts

1.Introducción

El proyecto ciudad-playa se centra a un servicio de turismo integral, bajo criterios de smart tourism, presentando al mercado nacional e internacional, un modelo de tokenización sustentable basado en la trazabilidad de activos e infraestructura existente, proponiendo un NFT bajo respaldo fiduciario, con la finalidad de que los pasajeros complementen su experiencia en un conjunto hotelero en ciudad de Quito, actualmente en plena operación y funcionamiento bajo la marca Best Western, y proyectarlo para el desarrollo de la complementariedad de servicios del hotel en playa, específicamente, en la consolidación del proyecto en vía Pedernales-Cojimíes, como opción adicional alrededor de su estancia en la ciudad de Quito. De esta manera, la iniciativa constituye el primer proyecto de tokenización de servicios hoteleros para países en vías de desarrollo, pero con alta potencialidad turística en la República del Ecuador.

La ciudad de San Francisco de Quito, capital del Ecuador, es un destino turístico atractivo en América del Sur, una capital dinámica con alrededor de 2.827106 habitantes, declarada como Patrimonio de la Humanidad en el año de 1978 por la UNESCO, principalmente por su centro histórico y su proximidad con la ciudad turística 'Mitad del Mundo', su cercanía a bosques y reservas naturales propias del callejón interandino hicieron que en el año 2022 recibiera 531.097 visitantes y fuera reconocida como Destino Ciudad Líder de Sudamérica por los World Travel Awards.

Por su parte, la propuesta de desarrollo de zonificación vía Pedernales-Cojimíes, ubicado a 271 km de la ciudad de Quito, contempla un potencial de desarrollo urbanístico y turístico, por la proximidad del destino y las condiciones de extensión de borde playa y temperatura estandarizada de mar a 27.5 % grados todo el año. Estas características lo convierten en el complemento ideal de servicio para el pasajero y unificación de experiencia de turismo sustentable, tanto en ciudad como en playa.

De manera específica, el proyecto de desarrollo busca potencializar y exponencializar el hotel en la ciudad de Quito, proyectar, desarrollar y poner en marcha un complejo hotelero en la vía Pedernales-Cojimíes, para ofertar servicios turísticos que combinen el atractivo de la ciudad con el entretenimiento de la playa. Ambos alojamientos están amparados en la marca Best Western, cuyos requerimientos y lineamientos de calidad en infraestructura y servicio los convierten en sitios atractivos para interacción comercial y de ocio.

El hotel Aiden by Best Western Quito actualmente cuenta con una torre de 55 habitaciones, completamente operativa, en pleno funcionamiento y con proyección de expansión, en pro de la mejora constante de la experiencia del pasajero; para lo cual, se propone la complementariedad y desarrollo de una segunda torre de 35 habitaciones, con zonas húmedas, parqueaderos, Rooftop y otros atractivos.

Por su parte, el hotel GLō by Best Western Playa se desarrollará con un moderno diseño, criterios de sostenibilidad energética y ambiental y contará con 90 habitaciones, Beach Club, entre otros servicios relacionados, plantenado un desarrollo urbanístico y turístico para la zona de forma sostenible.

A fin de llevar a cabo el proyecto se requiere una capitalización vía emisión de derechos fiduciarios tokenizables de USD 5 millones (cinco millones de dólares de los Estados Unidos de Norteamérica, cuyo repago se abordará desde tres ejes: la operación regular de ambos hoteles, la venta de Time Sharing (Tiempo compartido) y la venta de servicios turísticos en el mercado digital a través de NFTs y Tokens (Tokenización).

2. Objetivo del Proyecto

2.1 Objetivo General

Exponencializar las operaciones existentes del hotel Aiden by Best Western en la ciudad de Quito, así como desarrollar y poner en marcha el hotel GLō by Best Western en la playa de la vía Pedernales-Cojimíes, brindando servicios de alta calidad y un valor agregado significativo para los huéspedes.

3. Descripción del servicio & valor distintivo

En Aiden, el servicio se centrará en proporcionar una experiencia de hospedaje excepcional a los visitantes. El valor agregado se basará en una combinación de comodidad, estilo y atención personalizada. La Torre A del hotel cuenta con 55 habitaciones bien equipadas y confortables, sin embargo, lo que busca el proyecto es darles un aire fresco, a través de un toque moderno de diseño y elegancia. Además, en la torre B se ofrecerán servicios adicionales como un amplio centro de negocios, un gimnasio mejor y más equipado, parqueaderos propios, zonas húmedas (piscina y sauna), rooftop y opciones de restaurante de alta calidad que resalten la gastronomía local e internacional.

En cuanto a GLō, se aprovechará la ubicación privilegiada junto al mar para ofrecer a los huéspedes una experiencia única de relajación y entretenimiento. El servicio se enfocará en brindar un ambiente acogedor, seguro y un trato personalizado. Los visitantes podrán disfrutar de habitaciones con vistas al mar, acceso directo a la playa, piscinas, restaurantes de especialidad, un servicio de spa y actividades recreativas como pesca y excursiones a sitios cercanos de interés como la Reserva Ecológica Mache Chindul y la Isla del Amor.

El valor distintivo del proyecto radica en la combinación de servicios de alta calidad, atención personalizada y la oportunidad de disfrutar de dos destinos atractivos en Ecuador. Los huéspedes podrán experimentar la vibrante vida de la ciudad en Quito, con su rica historia, cultura y actividades urbanas, y luego trasladarse a la playa para disfrutar de la tranquilidad, gastronomía y belleza natural de la costa.

Esto permitirá a los huéspedes disfrutar de lo mejor de ambos destinos y vivir una experiencia de hospedaje inolvidable en Ecuador, pero no sólo eso, si no que a través de membresías permanentes o Time Sharing, los huéspedes tendrán acceso a beneficios exclusivos y serán propietarios por anticipado de noches de hospedaje en las instalaciones que elijan en ciudad, en playa, o ambos.

El valor agregado más importante del proyecto es vincular la tecnología y las ventajas de la era digital al aprovechamiento de los servicios en ambos hoteles. Junto con el equipo de desarrollo de la Universidad de Salamanca, España, en un pequeño y limitado porcentaje, un método de pago de hospedaje compra de membresías y Time Sharing e incluso inversión a través de Tokens, NFTs y pago en criptomonedas hacia la exchange.

La plataforma de sistema integrado propiedad de Blue Ocean Corp y desarrollada por Bisite-USAL, parte de una arquitectura basada en un Smart Contract o contrato inteligente que actúa como “cerebro” del proyecto, permitiendo la creación y gestión de tokens no fungibles (NFT), cada uno de los cuales representa una habitación de hotel. Este contrato inteligente funciona en una variedad de plataformas blockchain diferentes con los correspondientes registros de los NFT emitidos. De esta forma, se consigue un sistema de reservas de habitaciones hoteleras descentralizado y eficiente, que aprovecha las ventajas de estas tecnologías.

Así mismo, desarrolla un marketplace específico que actuará como punto centralizado para la compra, venta y alquiler de NFT. Un aspecto crítico del diseño es su compatibilidad con la mayoría de los Marketplace de NFT existentes. La interconexión e interoperabilidad con otras plataformas ampliará significativamente el alcance y la visibilidad de los NFT del hotel, permitiendo a los clientes interactuar con ellos a través de múltiples canales, así como mejorar la experiencia de los viajeros desde antes de iniciar el viaje, facilitando información en tiempo real sobre los destinos, asegurando la distribución eficiente de los recursos turísticos y minimizando experiencias negativas. Este diseño permitirá a los usuarios de la plataforma beneficiarse de la liquidez y la diversidad de ofertas disponibles. De este modo, la arquitectura garantiza la adaptabilidad y la expansión futura del proyecto, manteniendo la relevancia en un mercado de rápido movimiento.

El proyecto es innovador porque permite generar cadenas de bloques integradas, seguras y respaldadas en activos tangibles, fideicomisos e infraestructura existente, con criterios de tecnologías disruptivas y ciberseguridad. Así mismo, la innovación está presente en la democratización, debido a que permite visitar destinos de alto potencial turístico a costes muy por debajo del mercado actual.

Tecnología

El proyecto se basa, principalmente, en blockchain, tecnologías disruptivas e inteligencia artificial y ciberseguridad, sumado a su ya mencionada arquitectura basada en Smart Contracts.

Existen múltiples ventajas, algunas de ellas son las siguientes:

- Accesibilidad a múltiples destinos de la cadena hotelera.
- Optimización del manejo de reservas.
- Optimización de experiencias en servicios en el destino turístico.
- Democratización de destinos.
- Fomento de la economía local y secundaria.
- Seguridad jurídica.
- Ventajas en intercambio de servicios abierto hacia múltiples criptomonedas.
- Ahorro en costes de operación.
- Ahorro en estancias.
- Ahorro en experiencias de destino.
- Ahorro en packs de servicios estandarizados.
- Ahorro en costes de membresía.
- Ahorro en tiempos de acomodación y manejo de equipajes, entre muchos otros que serán desvelados en toda una estructura prevista para el lanzamiento de la plataforma.

Tokens a Desarrollar

En la siguiente tabla se presenta un resumen de los tokens que se desarrollarán junto con sus características:

Tabla 1: Características de los tokens a emitir

Nombre del Token	Tipo de Token	Detalle de prestaciones	Observaciones	Wallet / Exchange
BLU	TOKEN ORDINARIO	<ul style="list-style-type: none"> • Una noche de hotel en ciudad o playa (a elección) • Acomodación en habitación doble (sin elección, habitación disponible) • No incluye desayuno. 	<i>Criptomoneda</i> para Farming de liquidez y Pool de liquidez.	Gate.io Crypto.com Binance
BLU GOLD	UTILITY TOKEN	<ul style="list-style-type: none"> • Una noche de hotel en ciudad o playa (a elección) • Acomodación en habitación doble (a elección) • Desayuno incluido • 10% de descuento en restaurante • 10% de descuento en bar 	NFT COMÚN	Opensea Crypto.com Binance
BLU COM	ASSEN TOKEN	Paquetes de 10 días de hospedaje con todas las prestaciones de un Utility Token.	NFT RARO para <i>Time Sharing</i> (Comunidad). Sale en pre-venta	Opensea Crypto.com Binance
BLU INV	SECURITY TOKEN	Token de inversión con una tasa de rendimiento del 8% anual. Respaldo en Fideicomiso inmobiliario	Se genera un Smart Contract para el pago de la rentabilidad. Es un Token que se quema.	Pancake Swap Sushi Swap Sitio Web

El objetivo de recaudación de fondos por la comercialización de los Tokens antes expuestos es la siguiente:

Tabla 2: Cantidades y valores de emisión de cada Token

Nombre del Token	No. de Tokens	Valor	Total
BLU	40.000	\$80,00	\$3.200.000,00
BLU GOLD	60.000	\$95,00	\$5.700.000,00
BLU COM	10.000	\$900,00	\$9.000.000,00
BLU INV	50.000	\$100,00	\$5.000.000,00
	160.000		\$22.900.000,00

Plusvalía

Al comprar el token, se invierte en la compra/venta de servicios hoteleros e inmobiliarios que, a medida que se implementan mejoras en los hoteles o terrenos, sube de valor por la plusvalía, precio de materiales de construcción y fluctuación de la moneda nacional (dólares americanos); en este caso al adquirir mediante una criptomoneda se reduce la fluctuación e inflación ingresado en un sistema financiero deflacionario

ERC20 - ERC21.

La tecnología ERC-20 es un formato con la cualidad de ser divisible, apto para tokens fungibles sobre la cadena de bloques de Ethereum, su particularidad es ser único e intercambiable.

Se emplean para designar las habitaciones, disponibilidad, hotel y número a elegir por el usuario.

4. Mercado potencial

El mercado potencial para este proyecto es:

Pasajeros individuales OTAS: A través de redes sociales y canales digitales como las OTAS (Online Travel Agencies), los huéspedes sobre todo extranjeros que buscan conocer el atractivo histórico y cultural de Quito, experimentar la cultura, la naturaleza y la gastronomía del país, pueden también valorar la higiene, sanitización y seguridad absoluta, en un ambiente de paz y relajación donde el confort y la salubridad se conjugan en todos los espacios. Tanto en ciudad como en playa, el turista puede apreciar los servicios excepcionales y las comodidades de lujo ofrecidas por el proyecto.

Pasajeros de grupos: Pasajeros de los segmentos de mercado prospectados, de Agencias de Viajes, Equipos de Fútbol, Eventos Deportivos, Eventos Culturales, Eventos Masivos de Espectáculos públicos, Conciertos, Shows en Vivo, Co auspicios para crear publicidad masiva de grupos de interés cultural y social.

Turismo nacional: El turismo interno en Ecuador también es un mercado importante. Muchos ecuatorianos buscan escapadas de fin de semana o vacaciones en hoteles de calidad dentro del país. El proyecto podría atraer a turistas nacionales que deseen disfrutar de una experiencia de alto nivel tanto en la ciudad como en la playa.

Viajeros de negocios: Quito es un importante centro comercial y sede de muchas empresas en Ecuador. Por lo tanto, el hotel existente en la ciudad atrae a viajeros de negocios provenientes de todas las ciudades del país. Nuestro objetivo es brindarles servicios de calidad, aprovechando nuestra excelente ubicación en la capital. La construcción del nuevo hotel en la vía Pedernales-Cojimíes también podría atraer a viajeros de negocios que deseen combinar su estancia con momentos de relajación en la playa.

Eventos y convenciones: Aiden by Best Western Quito suele ser elegido sede para eventos, conferencias y convenciones sociales y corporativas. Creando nuevos espacios en el hotel en Quito, con instalaciones y servicios adecuados para este tipo de eventos, podría atraer a más organizadores y participantes de eventos a nivel nacional e internacional. Además, la construcción del nuevo hotel GLō podría ofrecer un entorno atractivo para eventos al aire libre, bodas y retiros corporativos.

Segmento de lujo: Existe un segmento de mercado en Quito que busca experiencias de lujo en la playa y está dispuesto a pagar por ellas. El hotel GLō, al ofrecer servicios excepcionales, comodidades de calidad y cercanía a la ciudad, podría atraer a este segmento de viajeros exigentes que buscan una experiencia exclusiva y memorable.

El mercado potencial en lo que a productos de Tokenización se refiere son: personas naturales y jurídicas nacionales, comunidades de estudio del mundo criptográfico, mercado internacional en los distintos congresos y ferias, de las cuales se mencionan las citadas a continuación: congreso internacional sobre Smart Cities SSCT 2.023 en Manizales, Colombia; el Startup Olé 2.023, Salamanca, España y el Qatar BlockChain Summit 2.023, Doha, Qatar; abriendo la oportunidad al mercado europeo y de medio oriente hacia la potencialidad del smart tourism en América Latina y hacia la potencialidad de nuevos y paradisíacos destinos.

5. Competencia

El proyecto enfrentaría tanto competencia directa como indirecta en el mercado hotelero de Ecuador. A continuación, se mencionan algunos ejemplos de ambas:

Competencia directa:

1. Hoteles de esta o mejor categoría.
2. Hoteles en la playa de Pedernales-Cojimíes: Actualmente no existe competencia de hoteles con el concepto, servicio y calidad de GLō en el sector y su segmento.

Competencia indirecta:

1. Alojamientos alternativos: Tales como apartamentos y casas de alquiler a través de plataformas como Airbnb, esta opción es atractiva para aquellos que prefieren una experiencia más independiente o para aquellos que buscan una opción más económica.

6. Estado de desarrollo y plan de implementación. Hoja de ruta

Al momento, el proyecto cuenta con algunos componentes que ya se encuentran en una fase avanzada de negociación, operación y/o implementación. Éstos son:

- Torre A del hotel Aiden By Best Western Quito, completamente operativa, con 55 habitaciones y salones para eventos.
- Contrato con INTERVAL para venta de Time Sharing, tanto para ciudad como para playa, con fecha de arranque el 01 de junio de 2023.
- Contrato suscrito con Best Western para el uso de marca Aiden® en Quito.
- Acuerdo privado para construcción del hotel GLō en la vía Pedernales-Cojimíes.
- Convenio de cooperación y desarrollo conjunto de tecnología con la Universidad de Salamanca para el desarrollo de la fábrica de tokens, con fecha de arranque 01 de marzo de 2023.

El plan de implementación responde a lo siguiente:

1. Afiliación a INTERVAL y/o RCI: Emisión y venta de membresías del Club RCI O INTERVAL para generar fidelización de clientes hacia el hotel, a través de afiliaciones anuales, 5 y 10 años. El cliente tendrá beneficios de noches gratis en el Aiden y acceso a la plataforma virtual de RCI O INTERVAL, donde también podrá tener acceso a descuentos de tickets aéreos, noches de alojamiento, semanas de alojamiento e intercambio de semanas a nivel nacional e internacional.
2. Contratación de una Franquicia Internacional para uso y explotación del Restaurante y del Bar: Para el restaurante, se ha considerado insertar un marca tipo Denny's, Harvey's, Hooligan's, entre otras que se están analizando. Esto, junto con un apalancamiento de re activación del Sector de la Mariscal, la Zona Rosa de Quito de gran posicionamiento antes de la pandemia y de gran potencial de reactivación post pandemia; para lo cual, se tiene planificado un relanzamiento del bar-restaurante, tanto para nacionales como para extranjeros.
3. Exponencialización del Hotel en Quito: Cambio de marca a un hotel Aiden by Best Western y construcción de una segunda torre de 35 habitaciones, más un rooftop, gimnasio, piscina, zonas húmedas y parqueaderos.
4. Construcción del Hotel en Playa: 90 habitaciones, más un Beach Club, con membresías en las que el cliente podrá optar por full days, noches y semanas completas de alojamiento, con descuentos y beneficios especiales.

El plan de implementación está dado de la siguiente manera:

Tabla 3. Cronograma de implementación Año 1 y 2

ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	2022		2023			
	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Construcción Torre B Quito						
Menaje Hotel Torre B Quito						
Restaurante Marca Internacional						
Construcción Hotel Playa						
Menaje Hotel Playa						

7. Equipo Directivo y Organización

7.1 Blue Ocean Corp.

Blue Ocean Corporation es una empresa constituida en la República del Ecuador, bajo regulación de la normativa societaria cuatoriana, y normas conexas compuesta en su equipo de dirección de las siguientes personas.

Está conformada por 5 socios y directivos:

- Natalie Ávila: Gerente General / Representante Legal
- Jorge Naranjo: Presidente Ejecutivo
- Christian Cruz: Gerente de Proyectos Inmobiliarios
- Gabriela Marcillo: Gerente Financiera
- Javier Naranjo: Gerente Comercial

7.2 Equipo de Integración y Desarrollo de Tecnología Tokenización BISITE – USAL

- Juan Manuel Corchado Rodríguez, Phd.
- Diego Valdomillos Villaverde, Phd.
- Pául Mena Zapata C, Phd.

7.3 Arquitectura de tenencia legal.

Due Diligence de respaldos de fiabilidad del proyecto

Promotor y Propietario:

Blue Ocean Corp S.A.S., empresa legalmente constituida en la República del Ecuador, es la responsable de la planificación, ejecución y seguimiento del proyecto, en su calidad de promotor desarrollador y propietario del mismo en sus áreas de negocio. La empresa se dedica a coordinar y supervisar todas las etapas del negocio, desde su concepción, planificación y financiamiento, hasta la implementación, crecimiento y expansión.

La empresa cuenta con activos tangibles que respaldan como garantía de colateral, la gestión e inversión presente y futura, a través del Fideicomiso de Tenencia y Administración de Flujos "Excellentia Consortium". Blue Ocean Corp es constituyente y beneficiario en 90% del valor aportado al Fideicomiso, correspondiente a tres predios en la Hacienda Juval, Provincias de Cañar, Azogues y Morona Santiago, Ecuador, que suman un total de 16.180,68 hectáreas y un valor de realización de USD 26'965.925,06; de los cuales, el valor que por derecho le corresponde a la empresa es de USD 24'269.341,55 (Anexo 1.- Estructuración del Fideicomiso y Marco de Regulación, al amparo de la legislación Ecuatoriana).

Por su parte, Excelencia Hotelera SPA GADEL Cía. Ltda, empresa legalmente constituida en la República del Ecuador con razón social del actual hotel en Quito, para poder tener un impulso profesional que garantice los ingresos necesarios y un plan de negocios sustentado, contrató el asesoramiento de un profesional con especialidad en Franquicias Hoteleras y en negocios hoteleros, cuyo principal objetivo es sustentar y llegar a los objetivos de mercado necesarios para obtener una producción óptima, al mismo tiempo de controlar los costos y gastos de operación para llegar a un punto de equilibrio eficiente de acuerdo a estándares que la industria del turismo exige.

Esta compañía inició sus actividades en octubre de 2015, el grupo Blue Ocean tomó posesión del Hotel en marzo de 2023, esto generó una evolución en los estados financieros en comparación a los años anteriores. En el anexo 2 se puede observar esta evolución.

7.4 Gobierno corporativo

La junta de accionistas es la máxima autoridad de gobierno corporativo, por tanto, es la que designa y decide las políticas a llevarse a cabo para el cumplimiento de los ingresos y egresos de la compañía, así como de la toma de decisiones en base a los estatutos.

Luego viene el Directorio, mismo que sesiona mensualmente para revisar los resultados económicos de la gestión hotelera a cargo del Gerente General y el Asesor – Apoderado Especial. En este comité se revisarán los Estados Financieros, expectativas sobre la gestión comercial y de operación, y aspectos legales y extrajudiciales.

Finalmente está el Comité Ejecutivo, órgano que se convoca de manera semanal para revisar el estado de situación operacional y financiero del hotel, verificando las proyecciones semanales, mensuales, trimestrales y de sus puntos de venta y/o servicios brindados.

8. Alianzas estratégicas y desarrollo comercial y tecnológico

Las alianzas estratégicas que actualmente tiene Blue Ocean para la ejecución del proyecto son:

Ilustración 1: Alianzas estratégicas

Best Western Hotels & Resorts	• Marca internacional para los hoteles Quito y Playa
INTERVAL	• Compañía estadounidense contratada para venta de Time Sharing
Bisite - Universidad de Salamanca	• Grupo de investigación y desarrollo para la plataforma de tokens.
Sky High Build	• Empresa constructora del grupo Blue Ocean que desarrollará las adecuaciones y construcciones del proyecto

9. Estrategia de marketing y comercialización

Nuestra estrategia nacional de comercialización se encuentra enfocada en las provincias de la sierra centro del Ecuador (geográficamente más cercanas), y la provincia de Manabí (lugar donde se llevará a cabo el proyecto).

Llevaremos a cabo el desarrollo de promoción en redes sociales haciendo del proyecto “Ciudad Playa” un interesante lugar para potenciar el turismo en la zona Pedernales-Cojimíes, apalancaremos la publicidad por medio de “influencers” de las provincias antes mencionadas e impulso publicitario pagado en nuestras redes sociales que generarán una fuerte expectativa en el público objetivo y posicionamiento de marca Destino País.

Respecto a la publicidad visual llevaremos a cabo la colocación de 5 vallas, mismas que se ubicarán estratégicamente a las salidas de las ciudades más importantes que se recorre hasta ingresar al proyecto (Quito x2, Santo Domingo, Pedernales, Jama).

La estrategia de ventas se desarrolla basada en el impulso del regreso de la marca Best Western Hotels & Resorts, con una de sus joyas enfocada en playa, como lo es GLō, y otra en ciudad, como lo es Aiden. Ambas bajo el posicionamiento de destino smart sustentable, de seguro romperán esquemas en el turismo ecuatoriano.

Se hará promoción de packs de pasajeros tanto para nacionales como para extranjeros, teniendo en cuenta posición estratégica de Quito para las Américas hacia a sitios de interés y atractivo turístico; además, alianzas comerciales con agencias de viajes del sur del continente para explotación del mercado turístico estratégico.

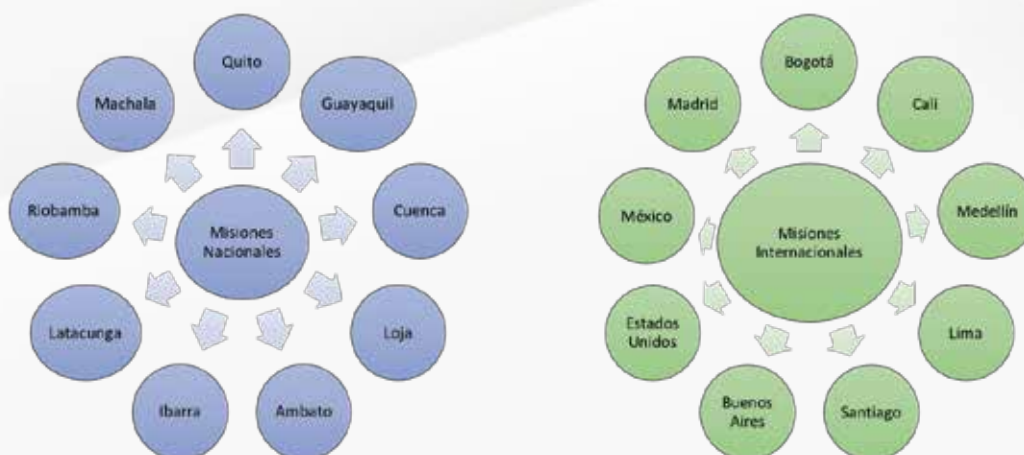
Se realizarán alianzas corporativas para renta de habitaciones y salas de eventos. También alianzas comerciales para grupos, entre las que destacamos sedes de alojamiento de equipos de fútbol, empresas de organización de eventos y espectáculos masivos, aprovechando la ubicación estratégica del hotel, en el corazón turístico, financiero y cultural de la ciudad de Quito.

Otras estrategias se enfocan en:

- Alquileres mensuales AIR BNB y relacionados.
- Packs de pasajeros estudiantil hacia destino capital.
- Sector Gubernamental y Órgano de Gobierno.
- Grupos de Incentivo.
- Mercado MICE.
- Fortalecimiento del segmento Tour & Travel.
- Afiliación a By hours, OTA de gran demanda para el servicio de alojamiento temporal por horas para el cliente de negocios.
- Negociación con OTAS: booking.com, hotels.com, priceline.com, bestdays.com, agoda.com, etc.
- Nómadas Digitales para estancias pre-establecidas.

Un aspecto fundamental será participar en misiones comerciales anuales, tanto dentro como fuera del país.

Ilustración 1: Misiones nacionales e internacionales de promoción turística



Finalmente, implementaremos salas de ventas flotantes de los productos, apalancados en la afiliación a INTERVAL y/o RCI; y salas de ventas fijas en cada hotel, aprovechando las instalaciones y los servicios ofrecidos.

10. Contingencias y valores de cálculo de Flujos de Capex

La planificación del proyecto ha llevado consigo una cauta gestión de riesgo, por lo que los valores usados y proyectados se mantienen conservadores y con lo mínimo indispensable para su viabilidad, sin considerar las grandes expectativas del mercado.

Tal es el caso que, como se aprecia en la sección financiera y el flujo correspondiente, los valores usados son:

- Para ambos hoteles, Quito y Playa, se considera sólo el 51% de la ocupación normal del hotel en los ingresos, sin ningún incremento en el periodo de 12 años.
- El valor por habitación del hotel en Quito inicia en \$55,00 y termina en \$72 en el mismo periodo; mientras que, el valor por habitación en el hotel en Playa inicia en \$90 y se incrementa anualmente en un 3% del valor considerado como ingreso en el año anterior.
- Se considera únicamente el 24,5% de la ocupación para venta de Time Sharing tradicional, a lo largo de los 12 años.
- En general, el valor contemplado para Tokenización es el 24,5% restante de la ocupación. No obstante, para efectos de este proyecto únicamente se considera como ingreso el 15,34% que generará la venta de tokens. Esto, en el espectro del 24,5% restante, únicamente llega a ser el 3,76% de la tasa de ocupación total de ambos hoteles, que se consideran como ingreso en el flujo.

De igual manera, las operaciones de financiamiento que reciba el proyecto están respaldadas en relación 3 : 1 con el monto requerido. Es decir, se solicita un financiamiento de USD 5'000.000, mientras que los colaterales que conforman el 90% de los derechos fiduciarios de Blue Ocean en el Fideicomiso Excellentia Consortium ascienden a más de USD 24'269.341,55

10.1 Contingencia operativa

Los desafíos operativos, como problemas con la gestión del personal, la calidad del servicio o la logística, pueden afectar negativamente la reputación del hotel y la experiencia de los huéspedes.

Para mitigar estos riesgos, hemos establecido sólidos sistemas de gestión y control de calidad, así como capacitaciones continuas. Además, aplicamos los máximos estándares de calidad costo-beneficio y el posterior control de desarrollo y valoración de calidad, en el sistema de pasaporte de viaje del hotel.

10.2 Contingencia financiera

Aún con una planificación financiera ajustada a los mínimos viables, el proyecto es rentable. No obstante, si existiera el riesgo de que los ingresos no alcancen las expectativas o cambios en la economía o en el mercado turístico que podrían impactar la demanda y los precios, es importante realizar un seguimiento financiero exhaustivo, monitorear y modificar presupuestos acordes a la situación y ajustar las estrategias de marketing y promoción y expansión de mercados en públicos nacionales e internacionales.

10.3 Contingencias de mercado

La competencia en la industria hotelera puede ser intensa y existe el riesgo de que otros hoteles o alternativas de hospedaje atraigan a los clientes potenciales. Para esto nos encontramos desarrollando una estrategia sólida de diferenciación y promoción para destacar en el mercado y atraer a pasajeros de manera creativa basada en estrategia comercial de resultados y satisfacción de destinos.

Si el proyecto enfrenta grandes dificultades, una estrategia de salida podría implicar la reestructuración de la operación, como la venta de activos no esenciales o la reducción de costos para mejorar la rentabilidad.

11. Detalle Financiero

11.1 Resumen Ejecutivo

El proyecto contempla tres fuentes de ingreso.

Primero, la operación regular de ambos hoteles, ciudad y playa.

Segundo, la venta de Time Sharing (Tiempo compartido) de habitaciones de ambos hoteles.

Finalmente, la venta de servicios turísticos en el mercado digital a través de NFTs y Tokens (Tokenización).

De igual manera, los egresos que se consideran están relacionados con los mismos tres ejes:

- Costos de contratos para Time Sharing: comisiones por ventas.
- Costos de Tokenización: gastos de investigación y desarrollo.
- Gastos operativos, gastos administrativos y gastos de ventas: inherentes al funcionamiento del hotel.
- Gastos financieros: tasas, contribuciones, impuestos, gastos por costo de colaterales (garantías inmuebles) y amortización de financiamiento.

Se puede evidenciar también las actividades de inversión que necesitan financiamiento. Para el desarrollo de este proyecto se requiere un total de USD 5 millones, vía emisión de derechos fiduciarios tokenizables, y se suman USD 3,4 millones que serán financiados por los flujos propios del proyecto.

Con estas condiciones, el flujo de caja se mantiene positivo durante los 10 años y además permite la precancelación acreencias bancarias que mantiene el hotel de Quito. A partir del año seis, el flujo de caja incrementa en más del 100% en relación al año previo.

11.2 Presupuesto

El presupuesto total para el desarrollo del proyecto es de USD 8'420.000; de los cuales se está solicitando una emisión fiduciaria por el valor de USD 5'000.000 y la diferencia, por USD 3'420.000, estaría cubierta por los flujos propios del proyecto.

Tabla 4: Actividades de inversión (presupuesto)

ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	AÑO 1	AÑO 2	TOTAL
Construcción Torre B Quito	- 2.160.000,00	-	- 2.160.000,00
Menaje Hotel Torre B Quito	- 400.000,00	-	- 400.000,00
Restaurante Marca Internacional	- 1.000.000,00	-	- 1.000.000,00
Construcción Hotel Playa	- 3.050.000,00	- 1.000.000,00	- 4.050.000,00
Menaje Hotel Playa	- 400.000,00	- 410.000,00	- 810.000,00
Total Actividades De Inversión	- 7.010.000,00	- 1.410.000,00	- 8.420.000,00

11.3 Cronograma Valorado

Las actividades de inversión se llevarán a cabo dentro del primer y segundo año, además, se incluye financiamiento propio proveniente de la operación del hotel en Quito, la venta de Time Sharing y Tokenización, emisión de tokens y puestas en marcha en el mercado.

Tabla 5. Cronograma valorado de implementación

ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	AÑO 1			AÑO 2
	TOTAL	OPERACIÓN PROPIA	CRÉDITO	AÑO 2 OPERACIÓN PROPIA
Construcción Torre B Quito	2.160.000,00	160.000,00	2.000.000,00	-
Menaje Hotel Torre B Quito	400.000,00	400.000,00	-	-
Restaurante Marca Internacional	1.000.000,00	1.000.000,00	-	-
Construcción Hotel Playa	3.050.000,00	50.000,00	3.000.000,00	1.000.000,00
Menaje Hotel Playa	400.000,00	400.000,00	-	410.000,00
TOTAL	7.010.000,00	2.010.000,00	5.000.000,00	1.410.000,00

11.4 Flujo

BEST WESTERN							
INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	TOTAL
QUITO Y PLAYA	895.998,00	3.044.946,96	5.213.518,15	5.432.177,90	5.729.994,75	6.049.986,21	26.366.621,96
TIME SHARING	591.948,00	639.303,84	690.448,15	745.684,00	805.338,72	869.765,82	4.342.488,52
MANTENIMIENTO TIME SHARING	-	36.937,56	57.651,00	80.021,52	104.181,68	130.274,66	409.066,41
TIME SHARING	591.948,00	676.241,40	748.099,15	825.705,52	909.520,40	1.000.040,47	4.751.554,93
VENTA TOKENIZACIÓN	4.511.439,58	3.511.439,58	-	-	-	-	8.022.879,16
TOKENIZACIÓN	4.511.439,58	3.511.439,58	-	-	-	-	8.022.879,16
TOTAL INGRESOS	5.999.385,58	7.232.627,94	5.961.617,29	6.257.883,42	6.639.515,15	7.050.026,68	39.141.056,06
EGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	TOTAL
COSTOS	883.897,74	750.472,28	241.656,85	260.989,40	281.868,55	304.418,04	2.723.302,86
COSTO TIME SHARING	207.181,80	223.756,34	241.656,85	260.989,40	281.868,55	304.418,04	1.519.870,98
COSTO TOKENIZACIÓN	676.715,94	526.715,94	-	-	-	-	1.203.431,87
GASTOS GENERALES	708.727,98	2.400.910,69	4.088.971,56	4.259.069,57	4.489.394,91	4.736.642,91	20.683.717,62
GASTOS OPERACIONALES	465.918,96	1.583.372,42	2.711.029,44	2.824.732,51	2.979.597,27	3.145.992,83	13.710.643,42
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	134.399,70	456.742,04	782.027,72	814.826,68	859.499,21	907.497,93	3.954.993,29
GASTO DE VENTAS	80.639,82	274.045,23	469.216,63	488.896,01	515.699,53	544.498,76	2.372.995,98
BEST WESTERN	27.769,50	86.751,00	126.697,77	130.614,37	134.598,90	138.653,39	645.084,93
GASTOS FINANCIEROS	101.879,94	694.148,41	1.471.405,54	1.372.965,34	1.276.899,84	1.286.499,59	6.203.798,66
TASAS, CONTRIBUCIONES E IMPUESTOS	26.879,94	91.348,41	156.405,54	162.965,34	171.899,84	181.499,59	790.998,66
COLATERAL EXCELLENTIA CONSORTIUM	75.000,00	100.000,00	75.000,00	50.000,00	25.000,00	25.000,00	350.000,00
CFN	-	262.800,00	1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00	4.262.800,00
RENDIMIENTO DERECHOS FIDUCIARIOS	-	240.000,00	240.000,00	160.000,00	80.000,00	80.000,00	800.000,00
TOTAL EGRESOS	1.694.505,66	3.845.531,38	5.802.033,96	5.893.024,31	6.048.163,30	6.327.560,53	29.610.819,14
RESULTADO DEL EJERCICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	TOTAL
INGRESOS - EGRESOS	4.304.879,92	3.387.096,56	159.583,34	364.859,11	591.351,85	722.466,15	9.530.236,92
ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	TOTAL
DERECHOS FIDUCIARIOS TOKENIZABLES	3.000.000,00	2.000.000,00	-	-	-	-	5.000.000,00
REPAGO DERECHOS FIDUCIARIOS	-	- 1.000.000,00	- 1.000.000,00	- 1.000.000,00	- 1.000.000,00	- 1.000.000,00	- 5.000.000,00
TOTAL ACT. DE FINANCIAMIENTO	3.000.000,00	1.000.000,00	- 1.000.000,00	- 1.000.000,00	- 1.000.000,00	- 1.000.000,00	-
ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	TOTAL
CONSTRUCCIÓN TORRE B QUITO	- 2.160.000,00	-	-	-	-	-	- 2.160.000,00
MENAJE HOTEL TORRE B QUITO	- 400.000,00	-	-	-	-	-	- 400.000,00
RESTAURANTE MARCA INTERNACIONAL	- 1.000.000,00	-	-	-	-	-	- 1.000.000,00
CONSTRUCCIÓN HOTEL PLAYA	- 3.050.000,00	- 1.000.000,00	-	-	-	-	- 4.050.000,00
MENAJE HOTEL PLAYA	- 400.000,00	- 410.000,00	-	-	-	-	- 810.000,00
TOTAL ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	- 7.010.000,00	- 1.410.000,00	-	-	-	-	- 8.420.000,00
FLUJO DE CAJA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	TOTAL
CAJA INICIAL	54.915,72	349.795,64	3.326.892,20	2.486.475,53	1.851.334,64	1.442.686,49	
FLUJO DE CAJA	349.795,64	3.326.892,20	2.486.475,53	1.851.334,64	1.442.686,49	1.165.152,64	

11.5 Indicadores (TIR y VAN)

Para este proyecto, la Tasa Interna de Retorno se ubica en el 27% y el Valor Actual Neto en USD 3.226.901,40. En donde el financiamiento solicitado es de USD 5 millones de derechos fiduciarios tokenizable y la tasa de descuento es igual a la tasa de rendimiento de los mismos, es decir 8%.

12. Modelo de negocio

12.1 Propuesta de valor

El proyecto busca potenciar un hotel existente en la ciudad de Quito y construir uno en la playa de Pedernales-Cojimíes, brindando un servicio excepcional y ofreciendo un valor agregado significativo a los huéspedes. A continuación, describiré el servicio y el valor agregado que este proyecto puede proporcionar:

1. Servicio excepcional: El objetivo principal del proyecto es garantizar que los huéspedes tengan una experiencia inolvidable y satisfactoria. Para lograrlo, el personal del hotel estará altamente capacitado y comprometido con brindar un servicio de calidad. Desde el momento en que los huéspedes lleguen, se sentirán bienvenidos y recibirán atención personalizada durante toda su estancia.

El servicio se caracterizará por ser amable, eficiente y adaptado a las necesidades individuales de cada cliente.

2. Comodidades y servicios de calidad: Tanto el hotel existente en Quito como el nuevo hotel en la playa de Cojimíes estarán equipados con instalaciones modernas y ofrecerán comodidades de alta calidad. Las habitaciones serán confortables y contarán con todas las comodidades necesarias para garantizar una estancia placentera, como camas cómodas, televisores de pantalla plana, acceso a internet de alta velocidad y baños bien equipados. Además, se proporcionarán servicios adicionales, como servicio a la habitación las 24 horas, servicio de lavandería y servicio de conserjería para satisfacer todas las necesidades de los huéspedes.

3. Experiencias únicas y actividades recreativas: El proyecto se esforzará por ofrecer a los huéspedes experiencias únicas y emocionantes durante su estadía. En el hotel de Quito, se organizarán visitas guiadas a los lugares más destacados de la ciudad, actividades culturales y excursiones a los hermosos paisajes naturales de los alrededores. En el hotel de la playa de Cojimíes, se ofrecerán actividades acuáticas, como surf, buceo y paseos en bote, para que los huéspedes disfruten al máximo de su ubicación privilegiada frente al mar.

4. Gastronomía de calidad: Ambos hoteles contarán con restaurantes que ofrecerán una amplia variedad de platos deliciosos y una experiencia gastronómica única. Se servirán platos elaborados con ingredientes frescos y locales, permitiendo a los huéspedes disfrutar de la auténtica cocina ecuatoriana. Además, se ofrecerán opciones vegetarianas y dietéticas para satisfacer las necesidades específicas de los comensales.

5. Responsabilidad ambiental y sostenibilidad: El proyecto se comprometerá con la protección del medio ambiente y la sostenibilidad. Se implementarán prácticas y políticas amigables con el medio ambiente, como el uso eficiente de energía y agua, la gestión adecuada de residuos y la promoción del turismo responsable. Los huéspedes podrán disfrutar de las instalaciones y servicios del hotel sabiendo que se está realizando un esfuerzo consciente para minimizar el impacto ambiental.

En resumen, el proyecto busca potenciar un hotel existente en Quito y construir uno nuevo en la playa de Cojimíes, ofreciendo un servicio excepcional, comodidades de calidad, experiencias únicas, gastronomía deliciosa y un enfoque en la responsabilidad ambiental. Estas características combinadas proporcionarán un valor agregado significativo para los huéspedes, permitiéndoles disfrutar de una estancia inolvidable en ambos destinos.

12.2 Recursos clave

Los recursos clave de este proyecto son los siguientes:

- a. **Financiamiento:** el capital para llevar a cabo las mejoras en el hotel existente y la construcción del nuevo hotel en la playa es fundamental. Esto implica una emisión fiduciaria por USD 5 millones, más el flujo de operación propia de los hoteles y el flujo proveniente de la venta de Time Sharing y venta de tokens de servicios hoteleros.
- b. **Infraestructura y bienes inmuebles:** Los edificios, las habitaciones, los espacios comunes, las instalaciones recreativas, los restaurantes y otras infraestructuras del hotel existente y del nuevo están y serán diseñados para proporcionar una experiencia de calidad a los huéspedes.
- c. **Recursos humanos:** El personal de ambos hoteles está y estará calificado y dedicado a garantizar un servicio excepcional y la operación eficiente del hotel. Esto incluye empleados para atención al cliente, personal de limpieza, chefs y administrativos, entre otros.
- d. **Tecnología:** La implementación de sistemas y tecnologías adecuadas es esencial para la gestión eficiente del hotel y además mejoran la experiencia del cliente. Por ejemplo, software de gestión hotelera, sistemas de reservas en línea, plataformas digitales y tokenización, soluciones de seguridad y comunicaciones avanzadas.
- e. **Alianzas estratégicas:** Tenemos y buscaremos alianzas con proveedores y socios estratégicos para garantizar el suministro de productos y servicios de alta calidad. Por ejemplo, proveedores de alimentos y bebidas, agencias de viajes, compañías de transporte y otros actores clave en la cadena de suministro.
- f. **Marca y reputación:** El reconocimiento de la marca y la buena reputación de Best Western Hotels & Resorts en la industria hotelera son recursos clave para atraer a los huéspedes y generar confianza.

12.3 Actividades clave

Las actividades macro que se llevarán a cabo en el proyecto serán:

Adecuaciones y repotenciación de la Torre A, construcción De la Torre B del hotel en la ciudad de Quito y construcción de 90 habitaciones de hotel y un Beach Club en la vía Pedernales-Cojimíes con la marca Best Western	
 Infraestructura Ciudad	Adquirir el terreno contiguo para la construcción de una segunda torre de habitaciones y espacios propios para parqueaderos, entretenimiento, centro de convenciones, que se abrirán a clientes del hotel y público en general. Disponer de parqueaderos proporcionará mayor seguridad y comodidad a los clientes, y generará ingresos adicionales con tarifas por hora y por día pre establecidas. Estas construcciones están valoradas en USD 2'160.000.
 Equipamiento y servicios complementarios	Equipar el hotel acorde a todos los lineamientos, normas y exigencias de la marca Best Western, incluyendo aquellos equipos tecnológicos necesarios para el funcionamiento y servicios complementarios; valorados en USD 400.000.
 Hotel y Beach Club	Construir un hotel de 90 habitaciones con los estándares de calidad de la marca Best Western. Adicionalmente, los amenities serán agrupados en una categoría de CLUB de playa, que también contará con membresías exclusivas. El valor de estas inversiones asciende a \$ 4'860.000.
 Franquicia	Abrir una franquicia internacional para restaurante, valorada en USD 1'000.000,

12.4 Flujo de ingresos

Los ingresos están dados por:

1. Flujo de la operación regular de Aiden y GLö:

Con respecto a Aiden, el primer año se parte desde 55 habitaciones, con un valor de \$55 por habitación, con una ocupación del 51%. El porcentaje de ocupación se mantiene fijo para el resto de años, sin embargo a partir del segundo año se incrementa el número de habitaciones a \$90 y el precio sube a \$60 por habitación. A partir del año 3, el precio aumenta en \$2 cada año.

También se incluyen ingresos provenientes de consumos de alimentos y bebidas dentro del hotel, alquiler de salones de eventos, servicio de catering, restaurante actual La Pérgola, Rooftop a partir del final de su construcción en el tercer año y el restaurante de marca internacional a partir del segundo año.

Para GLō, el ingreso por habitaciones parte desde el segundo año, una vez finalizado el hotel, y contempla 90 habitaciones a un precio de \$90 cada una, con una ocupación del 51%. Los ingresos por este concepto a partir del segundo año en adelante incrementan en 3% con relación al periodo anterior.

Adicional, se incluyen flujos provenientes de consumo de alimentos y bebidas en el hotel, alquiler de salones para eventos y Club de Playa.

Para los puntos dos y tres, Time Sharing y Tokenización, que se señalan a continuación, se debe tomar en cuenta un dato importante. Ambos rubros están calculados con base en un porcentaje de la tasa de desocupación. Recordemos que la ocupación regular de los hoteles es del 51%, por tanto, la desocupación viene a ser del 49%. De este valor, el 24,5% se destina a la venta de Time Sharing y el 24,5% restante se usa para la Tokenización. Abajo se aclaran los detalles del cálculo de cada uno:

Tabla 6. Cálculo de valores para Time Sharing y Tokenización

DETALLE	OCUPACIÓN ACTUAL	10 AÑOS	15 AÑOS
		OCUPACIÓN	OCUPACIÓN
Habitaciones Torre A	55	55	55
Habitaciones Torre B	0	35	35
Hotel Playa	0	90	90
TOTAL HABITACIONES	55	180	180
Días disponibles al año	365	365	365
SUBTOTAL DISPONIBILIDAD	20.075	65.700	65.700
% DE DESOCUPACIÓN		49%	49%
TOTAL DISPONIBILIDAD		32.193	32.193
TOTAL (POR NÚMERO DE AÑOS)		321.930	482.895
TOTAL NÚMERO DE OCUPACIÓN		482.895	
Total Número de Noches De Ocupación Time Sharing		241.448	
Total Número De Noches De Ocupación Tokenización		241.448	
DETALLE	PRECIOS PROMEDIO 15 AÑOS	TOTAL PROYECTADO EN VENTAS	
Habitaciones Torre A	68,00	\$22.937.560 Tokenización	
Habitaciones Torre B			
Hotel Playa	122,00		
TOTAL	190,00		
PRECIO PROMEDIO	95,00		

2. Flujo de la venta de Time Sharing (Tiempo compartido) de habitaciones de Aiden y GLÖ:

Se tiene el contrato suscrito con INTERVAL para la venta de noches de habitación, membresías, semanas de alojamiento, full days, en una mezcla de beneficios entre ambos hoteles, ciudad y playa. Por tanto, se considera como ingreso desde el año uno, el rubro se incrementa de manera anual en un 8%; sin embargo, se mantienen valores inicial conservadores de ventas al mes (USD 49.329), de menos del 50% de lo que tradicionalmente generan este tipo de ventas, según información otorgada por INTERVAL. A partir del año dos, se cobra un mantenimiento de las membresías de Time Sharing que equivale al 3% de las ventas acumuladas de cada año.

Finalmente, del valor contemplado para los 15 años de Time Sharing, se toma para el proyecto únicamente el valor de USD 13.046.807,80; es decir, el 57% del valor realmente proyectado en ventas.

3. Flujo de la venta de servicios turísticos en el mercado digital a través de NFTs y Tokens (Tokenización).

La tokenización de servicios hoteleros es un proceso adicional que se está implementando para ofrecer productos digitales que permitan a los usuarios de este mercado lo siguiente:

- Reservar habitaciones de hotel, además de acceder a descuentos y beneficios determinados (NFT Común).
- Adquirir paquetes de hospedaje, membresía y time sharing (NFT Comunidad).

Los ingresos de este rubro se toman en cuenta únicamente durante los 3 primeros años, de forma decreciente en un 50% respecto del periodo anterior. Se inicia con el valor más alto, puesto que durante el primer año es cuando se espera conseguir el mayor ingreso por lanzamiento. Sumando el valor para los tres años, el porcentaje de ingresos que se espera de la venta de tokens para este proyecto es únicamente el 15% de los USD 22.937.512,50 proyectados en total para este efecto.

12.5 Estructura de egresos

Los egresos de este proyecto están dados por:

1. Costos de Time Sharing y Tokenización.

Calculados cada uno en un porcentaje de acuerdo a las ventas, a saber 35% Time Sharing y 15% Tokenización.

2. Gastos Generales

Están relacionados con la operación regular de los hoteles y corresponden a:

- Gastos operacionales: alimentos y bebidas, limpieza y mantenimiento, insumos de habitación, personal de servicio, entre otros. Equivalente a un 52% del total de ingresos por operación regular de ambos hoteles.

- Gastos de administración: personal administrativo y gerencial, equivalente a un 15% del total de ingresos por operación regular de ambos hoteles.
- Gastos de ventas: comisiones por ventas y reservas, comisiones por plataformas de reservas OTAs, entre otros; equivalente al 9% del total de ingresos por operación regular de ambos hoteles.
- Comisión Best Western ®: correspondiente para efectos del flujo a un promedio del 5% por reservas de alojamiento exclusivamente.

Los porcentajes utilizados corresponden al nivel máximo de gasto, hemos considerado este valor en flujo como un escenario medio-alto de gastos y los resultados generales siguen siendo positivos. Esto nos da un margen mayor de rentabilidad con un correcto manejo de recursos que ya se está implementando a fin de mantener estos porcentajes por debajo de lo aquí plasmado.

3. Gastos Financieros

Están relacionados con los costos por servicios financieros y financiamientos asociados al proyecto:

Las tasas, contribuciones e impuestos las hemos considerado en un 3% del flujo total de ingresos, que corresponde al margen provisionado para pago de estos rubros al finalizar los años fiscales, con base en las tasas actuales para el sector turismo, municipio y otras instituciones de regulación y control.

Los gastos del colateral Excelentia Consortium corresponden a un 2,5% del valor del préstamo vigente para cada año, es decir el primer año será por los USD 5 millones completos pero a partir del segundo año se restan los abonos al capital de cada año de pago para recalcular este rubro, por ello es descendiente cada año en relación al anterior. Un dato importante de este rubro es que se aplica únicamente cuando se hace uso de una garantía colateral para el otorgamiento del crédito, en forma de cesión de derechos fiduciarios del Fideicomiso Excelentia Consortium, del cual el grupo accionista es constituyente y beneficiario.

El pago a la Corporación Financiera Nacional se ubica en este apartado. Excelencia Hotelera Spa Gadel, razón social del hotel Aiden by Best Western Quito, mantiene un crédito vigente con esta entidad crediticia ecuatoriana. Dentro del flujo trabajado para el proyecto se contempla un pago adelantado a fin de extinguir la deuda que al momento se encuentra proyectada en cerca de USD 5,2 millones y a un plazo de 17 años.

Finalmente, se consideran los pagos de rendimiento del financiamiento emitido vía derechos fiduciarios tokenizables, a una tasa del 8% anual.

RESUMEN DEL PAPER

El token es el medio de pago para la compra de un servicio a través de criptomonedas; siendo el Smart contract el mecanismo jurídico que otorga al token la adjudicación de derechos y al estar respaldado en una fiduciaria brinda seguridad jurídica ante terceros e intercambiable en el mercado financiero internacional en relación 3 a 1 con activos inmobiliarios.

13. Anexo

Comparativos de Estados Financieros y Balances Excelencia Hotelera Spa Gadel

click en el enlace 