

Conteste Verdadero o Falso:

1. La única cadena francesa dentro de las 10 mas rankeadas es la corporación hotelera Accord.
 2. Las marcas de las cadenas hoteleras son sinónimo u otra forma de llamar a una cadena hotelera.
 3. La Organización de Referencia permite usar ideas métodos y marcas registradas.
 4. El acceso a planos arquitectónicos es un beneficio de la franquicia.
 5. El franquiciatario es el dueño de la marca comercial que usa en su propiedad.
 6. Las prácticas contables son una obligación exigida por las cadenas dueñas de la marca y que deben ser llevadas de acuerdo a las políticas de la cadena.
 7. Los contratos de administración son asociaciones independientes cuyo principal objetivo es referenciar a todos sus miembros.
 8. En las organizaciones de referencia los hoteles llevan estándares de calidad que provienen de la organización y son obligatorios para los miembros
 9. En el contrato de administración una operadora hotelera se hace cargo de la dirección y operación de un hotel que no les pertenece directamente.
 10. Las administradoras hoteleras están en la obligación de realizar mejoras (nuevas inversiones) en los hoteles que administrarán.
 11. Los hoteles de lujo ya establecidos consideran como mejor opción asociarse a una organización de referencia porque tienen como uno de sus limitantes a sus instalaciones.
 12. Las asociaciones de referencia poseen marcas cuya franquicia venden a inversionistas.
 13. Algunas cadenas hoteleras poseen sus propias organizaciones de referencia para administrar propiedades a cuyos propietarios han vendido la franquicia de sus marcas.
 14. El acceso a nuevas tecnologías es un beneficio al que se tiene cuando se afilia a una organización de referencia.
 15. El equivalente a un hotel de 1 estrella en Europa es un hotel stadar/tourist/family class en EEUU.
- SELECCIONE LA RESPUESTA CORRECTA**
16. Los hoteles categorizados como de segunda en Ecuador equivalen a: a) Dos estrellas b) Una estrella c) Tres estrellas d) ninguna de las anteriores.
 17. Los hoteles de budget o presupuesto de EEUU, hacen referencia en el sistema europeo a hoteles de: a) Una estrella b) Dos estrellas c) Tres estrellas d) Cuatro Estrellas.
 18. El pago inicial de afiliación para adquirir la franquicia de una marca hotelera puede ser: a) Por el número de Habitaciones b) Por el número de metros cuadrados c) Las dos anteriores dependiendo de la cadena d) Ninguna de las anteriores.
 19. En la mayoría de las cadenas hoteleras los inversionistas privados tendrán obligaciones monetarias con la cadena que incluyen: a) Pago de Afiliación b) Pago de porcentaje de ventas c) Pago sobre reservas hechas a traves del sistema d) Todas las anteriores.
 20. Indique cual de las siguientes no es una innovación o creación directa de las cadenas hoteleras, sino mas bien se adoptó de otra rama del sector productivo: a) menú de almohadas b) Venta de Franquicias c) Aprovechamiento de las domótica d) Ninguna de las anteriores.
 21. La hotelería moderna a más de la prestación del servicio de alojamiento está compuesta por: a) Sector Inmobiliario (construcción) b) Negociaciones de acciones en bolsa de valores c) Las dos anteriores d) ninguna de las anteriores.
 22. Indique al menos una marca que apunte al segmento de lujo de la cadena que ud., investigó.
 23. Indique al menos una marca de hoteles tipo boutique de la cadena que ud., investigó.
 24. Si ud. fuese inversionista y deseara colocar su propiedad dentro de una cadena hotelera: a) ¿Que marca traería) y b) a ¿Qué Segmento va dirigida? Conteste de acuerdo a su investigación sobre las cadenas hoteleras
 25. Indique 4 marcas que posea la cadena hotelera que ud., investigó.

Conteste Verdadero o Falso :

1. El acceso a nuevas tecnologías es un beneficio al que se tiene cuando se afilia a una organización de referencia.
 2. Las marcas de las cadenas hoteleras son sinónimo u otra forma de llamar a una cadena hotelera.
 3. La Organización de Referencia permite usar ideas métodos y marcas registradas.
 4. Los contratos de administración son asociaciones independientes cuyo principal objetivo es referenciar a todos sus miembros.
 5. En las organizaciones de referencia los hoteles llevan estándares de calidad que provienen de la organización y son obligatorios para los miembros
 6. En el contrato de administración una operadora hotelera se hace cargo de la dirección y operación de un hotel que no les pertenece directamente.
 7. Las administradoras hoteleras están en la obligación de realizar mejoras (nuevas inversiones) en los hoteles que administrarán.
 8. Los hoteles de lujo ya establecidos consideran como mejor opción asociarse a una organización de referencia porque tienen como uno de sus limitantes a sus instalaciones.
 9. Las asociaciones de referencia poseen marcas cuya franquicia venden a inversionistas.
 10. El acceso a planos arquitectónicos es un beneficio de la franquicia.
 11. El franquiciatario es el dueño de la marca comercial que usa en su propiedad.
 12. Las prácticas contables son una obligación exigida por las cadenas dueñas de la marca y que deben ser llevadas de acuerdo a las políticas de la cadena.
 13. El equivalente a un hotel de 1 estrella en Europa es un hotel stadar/tourist/family class en EEUU.
 14. El porcentaje sobre las ventas brutas es una constante de las obligaciones financieras en la mayoría de las organizaciones de referencia.
 15. La domótica hace referencia al uso que se le puede dar en los hoteles al funcionamiento automático de la energía en con sensores de movimiento
- SELECCIONE LA RESPUESTA CORRECTA**
16. Los hoteles de budget o presupuesto de EEUU, hacen referencia en el sistema europeo a hoteles de: a) Una estrella b) Dos estrellas c) Tres estrellas 4) Cuatro Estrellas.
 17. Los franquiciatarios (inversionistas privados) dentro de sus obligaciones monetarias tienen el pago sobre las ventas brutas en un promedio equivalente a: a) 4% b) 0.4% c) 0.04% d) Ninguno de los anteriores.
 18. Indique cual de las siguientes cadenas NO está dentro del ranking de las 10 cadenas hoteleras que más evolucionaron de 1995 a 2005: a) Hilton b) Marriot c) Accord d) Meliá .
 19. Los hoteles categorizados como de segunda en Ecuador equivalen a: a) Dos estrellas b) Una estrella c) Tres estrellas 4) ninguna de las anteriores.
 20. Algunas cadenas hoteleras que venden franquicias poseen al mismo tiempo: a) Marcas registradas b) Administradoras Hoteleras c) Las dos anteriores d) Ninguna de las anteriores.
 21. Las obligaciones de las propiedades afiliadas a una organización de referencia incluyen: a) Pagar una cuota de afiliación anual a la Organización de referencia b) Seguir Procedimientos de mantenimiento c) Seguir Prácticas contbles d) Todas las anteriores.
 22. Indique al menos una marca que apunte al segmento de primera (first) de la cadena que ud., investigó.
 23. Indique al menos una marca de hoteles tipo boutique de la cadena que ud., investigó.
 24. Si ud. fuese inversionista y deseara colocar su propiedad dentro de una cadena hotelera: a) ¿Que marca traería) y b) a ¿Qué Segmento va dirigida? Conteste de acuerdo a su investigación sobre las cadenas hoteleras
 25. Indique 4 marcas que posea la cadena hotelera que ud., investigó.

Conteste Verdadero o Falso:

1. En las organizaciones de referencia los hoteles llevan estándares de calidad que provienen de la organización y son obligatorios para los miembros
2. En el contrato de administración una operadora hotelera se hace cargo de la dirección y operación de un hotel que no les pertenece directamente.
3. Las administradoras hoteleras están en la obligación de realizar mejoras (nuevas inversiones) en los hoteles que administrarán.
4. El equivalente a un hotel de 1 estrella en Europa es un hotel stadar/tourist/family class en EEUU.
5. El porcentaje sobre las ventas brutas es una constante de las obligaciones financieras en la mayoría de las organizaciones de referencia.
6. El acceso a planos arquitectónicos es un beneficio de la franquicia.
7. El franquiciatario es el dueño de la marca comercial que usa en su propiedad.
8. Las prácticas contables son una obligación exigida por las cadenas dueñas de la marca y que deben ser llevadas de acuerdo a las políticas de la cadena.
9. Los hoteles de lujo ya establecidos consideran como mejor opción asociarse a una organización de referencia porque tienen como uno de sus limitantes a sus instalaciones.
10. Las asociaciones de referencia poseen marcas cuya franquicia venden a inversionistas.
11. El acceso a nuevas tecnologías es un beneficio al que se tiene cuando se afilia a una organización de referencia.
12. Las marcas de las cadenas hoteleras son sinónimo u otra forma de llamar a una cadena hotelera.
13. La Organización de Referencia permite usar ideas métodos y marcas registradas.
14. Los contratos de administración son asociaciones independientes cuyo principal objetivo es referenciar a todos sus miembros.
15. La domótica hace referencia al uso que se le puede dar en los hoteles, al funcionamiento de sanitarios con opción a doble descarga de agua, más fuerte o más liviano según sea el caso.
SELECCIONE LA RESPUESTA CORRECTA
16. Los hoteles categorizados como de segunda en Ecuador equivalen a: a) Dos estrellas b) Una estrella c) Tres estrellas d) ninguna de las anteriores.
17. Algunas cadenas hoteleras que venden franquicias poseen al mismo tiempo: a) Marcas registradas b) Administradoras Hoteleras c) Las dos anteriores d) Ninguna de las anteriores.
18. Los hoteles de budget o presupuesto de EEUU, hacen referencia en el sistema europeo a hoteles de: a) Una estrella b) Dos estrellas c) Tres estrellas d) Cuatro Estrellas.
19. Indique cual de las siguientes cadenas NO está dentro del ranking de las 10 cadenas hoteleras que más evolucionaron de 1995 a 2005: a) Hilton b) Marriot c) Accord d) Meliá .
20. Las obligaciones de las propiedades afiliadas a una organización de referencia incluyen: a) Pagar una cuota de afiliación anual a la Organización de referencia b) Seguir Procedimientos de mantenimiento c) Seguir Prácticas contables d) Todas las anteriores.
21. Los franquiciatarios (inversionistas privados) dentro de sus obligaciones monetarias tienen el pago sobre las ventas brutas en un promedio equivalente a: a) 40% b) 14% c) 4% d) Ninguno de los anteriores.
22. Indique al menos una marca que apunte al segmento de lujo de la cadena que ud., investigó.
23. Indique al menos una marca de hoteles tipo boutique de la cadena que ud., investigó.
24. Si ud. fuese inversionista y deseara colocar su propiedad dentro de una cadena hotelera: a) ¿Qué marca traería) y b) a ¿Qué Segmento va dirigida? Contestar de acuerdo a su investigación sobre las cadenas hoteleras
25. Indique 4 marcas que posea la cadena hotelera que ud., investigó.