



**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**

**Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo**

**Collanes: Hostería Spa**

**María Belén Haro Flores**

**María Hortencia Jara Oviedo**

**María Fernanda Oleas Arosemena**

**Mauricio Cepeda**

**MMH**

**Director de Tesis**

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

Quito, Mayo 8, 2013

**Universidad San Francisco de Quito**  
**Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo**

**HOJA DE APROBACION DE TESIS**

**Collanes: Hostería Spa**

**María Belén Haro Flores**

**María Hortencia Jara Oviedo**

**María Fernanda Oleas**

Mauricio Cepeda, Decano Colegio de  
Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo,  
Director de Tesis

.....

Giuliana Pachano, MBA  
Miembro del Comité de Tesis

.....

Quito, Mayo 8, 2013

© DERECHOS DE AUTOR

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

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

Firma:

-----

Nombre: María Belén Haro Flores

C. I.: 1722444153

Firma:

-----

Nombre: María Fernanda Oleas Arosemena

C. I.: 1714884564

Firma:

-----

Nombre: María Hortencia Jara Oviedo

C. I.: 1714884564

Fecha: Mayo 8, 2013

## Resumen

Collanes Hostería Spa es una propuesta que está ubicada en la Provincia de Chimborazo, en el cantón Penipe a cuarenta y cinco minutos de la ciudad de Riobamba, a las faldas del Volcán Altar. El Altar está incluido entre los majestuosos volcanes que forman la cordillera de los Andes ecuatorianos. Esta propuesta se enfoca en el turismo de aventura y en brindar una experiencia de relajación total, conjunto con la naturaleza, a todos los huéspedes. Una de las características principales es la arquitectura del establecimiento que fluye con la naturaleza por medio de su estructura rústica que se combina con los elementos de la naturaleza que lo rodea como lo son la madera y la piedra. Estas han sido usadas en la construcción de las cabañas aledañas de la Casa Hacienda. Collanes Hostería Spa se caracteriza por ofrecer tratamientos en el Spa que están relacionados con la medicina ancestral indigenista. Consideramos que a través de este tipo de tratamientos los clientes se integran más con la cultura ecuatoriana. Al igual, Collanes Hostería Spa promueve la cultura ecuatoriana por medio de la gastronomía de la serranía; platos típicos serranos son ofrecidos en el Restaurante Rey de la Montaña donde nuestros huéspedes pueden degustar de la comida tradicional ecuatoriana.

## Abstract

Collanes Lodge Spa is a proposal which is located in the province of Chimborazo, in the canton Penipe, forty-five minutes from the city of Riobamba, at the foot of Altar Volcano. Altar is one of the majestic volcanoes from the Ecuadorian Andes. This proposal focuses on tourism of adventure and provides an experience of total relaxation, together with nature, to all guests. One of the main features of the establishment is the flowing architecture with nature through its rustic structure that combines the elements of nature, such as wood and stone. These two elements have been used in the construction of the cottages surrounding the Casa Hacienda. Collanes Lodge Spa is known for offering spa treatments that are related to indigenous traditional medicine. We believe that through this type of treatment our customers can get in touch with Ecuadorian culture. Also, Collanes Lodge Spa promotes Ecuadorian culture through the Ecuadorian Highlands' cuisine; typical mountain dishes are offered at King of the Mountain Restaurant where guests can dine traditional Ecuadorian food.

## 1. Tabla de Contenido

2. Concepto del proyecto .....	9
3. Estudio de Factibilidad: .....	9
3.1. Entorno Macroeconómico .....	9
3.2 Análisis del Sitio: .....	14
3.2.1 Localización: .....	15
3.2.2 Adaptabilidad y conveniencia física del terreno: .....	16
3.2.3 Acceso y Visibilidad: .....	18
3.2.4 Servicios básicos: .....	19
3.2.5. Regulaciones Municipales: .....	20
3.3. Análisis del Vecindario .....	21
3.4 Análisis del Área de Mercado: .....	37
3.5 Análisis de la Oferta .....	44
3.6 Análisis de Demanda .....	51
<b>3.7 Estudio de penetración de mercado, share of mkt y porción de ocupación:</b> .....	58
3.7 Pronostico de ingresos y gastos .....	59
3.8 Análisis de la rentabilidad del proyecto .....	59
4. Programa de Espacio .....	59
4.1 Detalle de los requerimientos de espacios por áreas .....	59
4.2 Diagrama de relación espacial (Excel) .....	60
El diagrama de relación espacial nos muestra la relación de espacios e infraestructura que debe existir entre un área determinada de la hostería con otra. La numeración con la que se representa el grado de relación viene dada desde el número 0 hasta el número 2, donde cero indica que no debe existir relación entre dos áreas, 1 indica que deben estar parcialmente relacionadas, mientras que 2 indica que deben estar estrechamente relacionadas. ....	61
4.3 Guestroom Floor .....	61
4.3.1 Eficiencia del Guest Room Area configuración escogida. ....	61
4.3.2 Definición del guest room mix, forma arquitectónica de las habitaciones, detalle del guest room mix (No de suites, No dobles, etc) .....	63
4.3.3 Guest room Desing .....	63
4.4. Public Space Desing .....	64
4.5 Back of the House .....	64

4.5.1 Descripción de la cocina .....	65
4.5.2 Área de bodegas.....	65
4.5.3 Oficinas.....	66
4.5.4 Recibidor y basura .....	66
4.5.5 Área de empleados .....	66
4.5.6 Lavandería y Housekeeping.....	66
4.5.7 Mantenimiento .....	67
5. Programa de Alimentos y Bebidas .....	67
5.1 Menú del Restaurante Rey de la Montaña: .....	68
5.2 Costos y precios de venta.....	69
6. Recursos Humanos .....	70
6.1 Cultura Organizacional: .....	70
6.2 Reclutamiento y Selección: .....	71
7. Plan de Marketing: .....	74
Misión y Visión: .....	74
8. Presupuesto total del proyecto.....	100
9. Conclusiones: .....	110
10. ANEXOS .....	112
11. BIBLIOGRAFÍA:.....	117

## **2. Concepto del proyecto**

El proyecto está basado en la idea de construir una Hostería-Spa ubicada en las faldas del volcán Altar en la provincia del Chimborazo, a 20 minutos del cantón Penipe y a 50 minutos de la ciudad de Riobamba. Collanes viene del idioma Quechua y significa “Grandioso, Majestuoso” es el nombre que llevará el proyecto dirigido para huéspedes extranjeros, en especial para aquellos que practican el deporte de escalar. Collanes ofrecerá en su SPA tratamientos y actividades relacionadas con la medicina tradicional indígena. Se promocionará la gastronomía de la sierra ecuatoriana, con sus platos más típicos como el hornado, el cuy asado, entre otros. Los huéspedes tendrán la opción de realizar actividades como expediciones a caballo al volcán Altar, andinismo, práctica de pesca en los riachuelos cercanos y fotografía de los hermosos paisajes que rodearán a Collanes, para lo que contarán con el equipo necesario y las facilidades que requiera cada caso.

## **3. Estudio de Factibilidad:**

Nota: Es importante mencionar que el proyecto se encuentra ubicado en la parroquia La Candelaria, a 20 minutos del cantón Penipe, en la provincia de Chimborazo, lamentablemente no se han encontrado suficientes datos estadísticos de la parroquia La Candelaria, por lo que también hemos tomado como referencia datos estadísticos del cantón Penipe y de la ciudad de Riobamba.

### **3.1. Entorno Macroeconómico**

Sector Real

## Variación del PIB

En estadísticas más actuales, el Entorno Macroeconómico, muestra el porcentaje del PIB por industrias (BCE) en el 2012; este demuestra que los servicios tuvieron un porcentaje del 21% siendo este el más alto: transporte (7%), agropecuario (8%), minas y canteras (11%), manufactura (14%), petróleo (1%), electricidad y agua (1%), construcción (11%), y comercio (15% Entorno Macroeconómico).

### **Inversión nacional:**

El balance general del Banco Central del Ecuador, 2011, tiene como inversión un monto total de \$1,712,522,764.46. Es la segunda cuenta más grande con la que cuenta el Ecuador después de los Activos Internacionales de Reserva.

### **Inversión Extranjera Directa:**

En el año 2011, la inversión extranjera fue de \$151.1 millones, (Banco Central,). El gasto de la inversión extranjera se vio en minas y canteras, construcción, servicios, industria manufacturera, y comercio. Entre los países que más dinero invierten en el Ecuador están Bermudas, Canadá, China, Estados Unidos, Argentina, Italia, Barbados, y Venezuela entre otros.

## Sector Externo

### Reservas Internacionales:

Las Reservas Internacionales desde el 2008 al 2012 han tenido una baja. En el año 2008 las reservas internacionales tuvieron un máximo de \$6,511.4 y en enero del 2012 las reservas alcanzaron la cifra de \$3,375.5. Esta cifra es tan solo el 52% de la reserva internacional máxima. Durante los cuatro años la reserva ha tenido altas y bajas con la cifra más baja en el año 2009 de \$2,594.4.

### Balanza Comercial:

Enero 2010

	Volumen	Valor USD FOB	Valor Unitario
Exportaciones	2,159	1,219,730	598
Petroleras	10,377	743,358	72
No petroleras	715	548,372	767
Importaciones	1,000	1,309,605	1,310
Bienes de consume	63	245,787	3,932
Materias Primas	523	443,051	847
Bienes de Capital	36	355,685	9,787
Combustibles	376	256,793	684

Diversos	1.94	8, 289	4, 262
Ajustes	0		

Datos Obtenidos de Ecuador: Evolución de la Balanza Comercial; Enero 2010.

Los datos demuestran que en el año 2010 las exportaciones fueron inferiores que las importaciones. En una economía dolarizada este déficit se lo asimila de manera directa ya que no existe un escudo cambiario.

Un dato importante para analizar es la cuenta de inversión en bienes de capital ya que esto demuestra que se está invirtiendo en bienes productivos.

### **Sector Monetario:**

#### **Liquidez**

El Banco Central del Ecuador tiene cifras hasta Septiembre del año 2011. El grafico de liquidez del sistema financiero demuestra que la liquidez del Ecuador está en \$1,012,9. El origen de la liquidez ecuatoriana tuvo lugar principalmente en la disminución de las Reservas Internacionales. El nivel más alto de liquidez en los últimos años fue registrado en Diciembre 2009, con una cifra total de \$2,480.

Tasas del Ecuador:

Tasas de Interés			
MARZO 2013 (*)			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.17	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.20	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.91	Consumo	16.30
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.44	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.20	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.82	Microcrédito Minorista	30.50
2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual

Depósitos a plazo	4.53	Depósitos de Ahorro	1.41
Depósitos monetarios	0.60	Depósitos de Tarjetahabientes	0.63
Operaciones de Reporto	0.24		
<b>3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO</b>			
<b>Tasas Referenciales</b>	<b>% anual</b>	<b>Tasas Referenciales</b>	<b>% anual</b>
Plazo 30-60	3.89	Plazo 121-180	5.11
Plazo 61-90	3.67	Plazo 181-360	5.65
Plazo 91-120	4.93	Plazo 361 y más	5.35

(Tasas de Interés, Banco Central del Ecuador)

### 3.2 Análisis del Sitio:

La Parroquia la Candelaria pertenece al Cantón Penipe que está ubicado en la Provincia del Chimborazo. EL número de habitantes no excede los doscientos. Las principales actividades económicas de la zona son la agricultura y la ganadería. Los productos fruto de estas actividades se comercializan en las afueras de la Parroquia.

Datos de localización de la provincia de Chimborazo: (Burgos, 27).

- Región: Sierra- centro
- Provincia: Chimborazo
- Latitud: 1° 30' y 2° 20' de latitud sur
- Longitud: 78° y 79 ° de longitud oeste

- Clima: niveles climáticos son: 1) templado-subtropical, 2) templado, 3) frío, 4) glacial
- Población: 201.030 (estimación 2008)
- Fundación: 14 de Agosto de 1534
- Alcalde: Juan Salazar
- Código postal: EC060150
- Prefijo telefónico: 593 3
- Moneda: Dólar Americano
- Idioma predominante: Español
- Aeropuerto:-
- Extensión del Chimborazo: (7743 km<sup>2</sup> sobre el nivel del mar)

### **3.2.1 Localización:**

Explicación del proyecto: El proyecto está ubicado a veinte minutos del cantón Penipe y cincuenta minutos de la ciudad de Riobamba en la Parroquia La Candelaria, en la provincia del Chimborazo. El terreno se encuentra a las faldas del Altar, una montaña de origen volcánico. Su base está asentada sobre el socalo cristiano propio de la cordillera occidental (Cruz).

Mapa: División parroquial del cantón Penipe

\* Anexo 1

### **3.2.2 Adaptabilidad y conveniencia física del terreno:**

Mapa del terreno.

\*Anexo 2.

Mapa del levantamiento topográfico.

\*Anexo 3.

#### **Levantamiento topográfico:**

##### **Topografía:**

Superficie: El Cantón Penipe se encuentra al Nororiente del Valle Interandino del Río Chambo en la provincia de Chimborazo. Su superficie es de 372 Km<sup>2</sup> y cubre el 5,72% del total de la Provincia de Chimborazo, en el Centro Andino del Ecuador. (Junta Parroquial Candelaria).

##### **Linderos:**

La parroquia La Candelaria está ubicada al este del cantón Penipe. Sus límites son:

- Norte: Parroquia La Matriz y Matus, separado por el río Tarau.
- Sur: Parroquia Quimiag (quebrada Gampala) del cantón de Riobamba y la provincia Morona Santiago.
- Oeste: Río Blanco con el cantón Riobamba.
- Este: Quebrada de las Flautas con la provincia de Morona Santiago.

(GAD Parroquia Candelaria)

**¿Qué se encuentra actualmente en el terreno y que se piensa hacer con ello?**

Actualmente en el terreno se encuentra la casa de hacienda, perteneciente a la familia Oviedo-Moreano, ésta cuenta con 6 habitaciones, 5 baños, 2 salas de estar, 2 comedores, 1 cocina central y una parrilla; el terreno también cuenta con establos. La proyección a futuro es integrar la casa hacienda y los establos a la construcción y establecimiento de una hostería-spa en el terreno. La ventaja competitiva del proyecto se concentrará en el Spa donde todos los tratamientos se basarán en la medicina tradicional indígena de la provincia del Chimborazo.

**Constitución del suelo:**

La provincia de Chimborazo está conformada en su mayor extensión de territorio por vegetación natural representando el 42% de la superficie, por actividades de pastoreo que representan un 13,34% y el tercer uso más representativo en la provincia es la asociación de cultivos (papas, cebada, haba) con un 9,60% de la superficie de la provincia (Atlas Cartográfico).

La constitución del suelo en la parroquia de Penipe se caracteriza por ser húmifera. Esta condición hace que los suelos sean muy aptos y fértiles para la producción de cultivos, por lo que contienen de 10 al 15% de humus (Atlas Cartográfico).

Mapa uso de suelo Cantón Penipe.

\*Anexo 4.

Para desarrollar el proyecto no es necesario remover la construcción de la casa hacienda, sin embargo, se requiere nivelar el terreno para la construcción de las habitaciones fuera de la casa hacienda y del spa.

### **3.2.3 Acceso y Visibilidad:**

#### **Infraestructura vial.**

#### **Vías de acceso:**

Las vías de acceso tanto al norte como al sur son de primer orden.

El tiempo de viaje desde Riobamba a otras ciudades son las siguientes:

- Hacia Quito dura entre 2h30 en automóvil hasta 3h30 en autobús.
- Hacia Guayaquil dura entre 3h30 en automóvil hasta 4h00 en autobús.
- Hacia Cuenca dura entre 4h30 en automóvil hasta 5h00 en autobús.
- Hacia Loja dura entre 7h30 en automóvil hasta 8h30 en autobús.
- Hacia Ambato dura entre 35 min en automóvil hasta 45min en autobús.
- Hacia Guaranda dura entre 50 min en automóvil hasta 1h15 en autobús.
- Hacia Baños dura entre 1h15 en automóvil hasta 1h30 en autobús.
- Hacia Esmeraldas dura entre 8h00 en automóvil hasta 8h30 en autobús.
- Hacia Salinas dura entre 5h00 en automóvil hasta 6h00 en autobús.
- Hacia Macas dura entre 3h00 en automóvil hasta 4h00 en autobús.

**La Candelaria:**

La parroquia La Candelaria cuenta con una vía de acceso de tercer orden que ingresa por la cabecera cantonal y tiene una longitud de 12 Km de los cuales aproximadamente un 60% se encuentra asfaltado y va bordeando los Ríos Chambo y Blanco que tienen numerosas playas cultivables de frutas maíz papas, etc.

**Collanes Hostería Spa****Ruta de acceso y visibilidad:**

El acceso para “Collanes Hostería Spa” es por la carretera principal que conduce desde la ciudad de Riobamba, pasa por Penipe y finalmente llega a la hacienda destinada para la realización del proyecto ubicada muy cerca de la parroquia La Candelaria, este recorrido es de alrededor de 50 minutos desde la ciudad de Riobamba.

La visibilidad de la hacienda es muy buena, ya que, se encuentra en un sendero que está rodeado de montañas y en la mitad de las montañas esta la hacienda donde se proyecta “Collanes Hosteria Spa”, por lo tanto cualquier persona puede visibilizar la hacienda y su locación.

Mapa vial del cantón Penipe.

\*Anexo 5.

**3.2.4 Servicios básicos:**

En la parroquia La Candelaria el agua para consumo es potable. La Junta de Agua Potable es la encargada de la administración de este servicio y el mismo está disponible 24

horas del día. El sistema de alcantarillado está únicamente disponible para el sector urbano de la parroquia. El resto de comunidades disponen del servicio de letrización. Todos los sectores de la parroquia disponen de electricidad, INECEL inició con el servicio hasta lograr una cobertura total. Un gran número de familia cuentan con el servicio telefónico que se ha ido ampliando en los últimos años alcanzando una cobertura mayor (GAD Parroquia la Candelaria).

### **3.2.5. Regulaciones Municipales:**

Toda esta información ha sido proporcionada por el Ingeniero. Carlos Alberto Hinojosa. Quien es: Jefe de Avalúos y Catastros Gad. Municipal del Cantón Penipe. Su contacto telefónico es: 0992491162.

### **Situación legal y regulaciones municipales aplicables:**

En la parroquia Candelaria aún no existe ninguna regulación aplicable porque el número de habitantes de la parroquia no supera los 200.

### **Avaluó comercial:**

El avaluó comercial del terreno es: \$ 45.297.43

Superficie del terreno: 25 hectáreas

**Propiedad:** Vicente Oviedo

**Tipo de Zona:**

Candelaria es una zona rural, en zona rural no existen restricciones aplicables de nuestro conocimiento por el momento.

**Restricciones de construcción en la zona:**

Candelaria es zona rural, en zona rural no existen restricciones aplicables en la construcción de nuestro conocimiento por el momento.

**3.3. Análisis del Vecindario****Clima:**

Se han observado cuatro niveles climáticos que están bien representados en la ciudad de Riobamba y son: 1) templado-subtropical, 2) templado, 3) frío, 4) glacial. (Burgos, 33). El clima en Riobamba es por lo general frío por lo que se encuentra en la región Sierra de Ecuador y consta de dos estaciones, una húmeda y una seca. Los vientos en Riobamba pueden producir una sensación térmica de casi 0 °C en algunas épocas del año. Hay cuatro meses fríos: (enero, febrero, marzo, abril), cuatro meses muy fríos: (mayo, junio, julio, agosto) y otros cuatro meses fríos (septiembre, octubre, noviembre y diciembre) (Burgos, 34).

### **Generadores de demanda en Riobamba:**

Los generadores de demanda en la provincia de Chimborazo, se relacionan directamente con la belleza y particularidad de sus montañas, su hidrografía, su cultura y las representaciones de la misma, todos estos factores son las principales fuentes de turismo en la provincia

(Ecostravel), (Montañas del Ecuador), (Relaciones Interétnicas en Riobamba).

- El Nevado Chimborazo: Está situado en el noroeste de la Provincia de Chimborazo, es la más grande de todas las montañas en Ecuador y se levanta sobre el lomo de toda la cordillera occidental, se le dio el nombre de Chimborazo porque es el nombre de un antiguo dios de la nación Puruhá (Cruz). Es importante mencionar que dicho nevado tiene cumbres que se denominan: Sor o Whymper, la Veintimilla u Oeste, la Politécnica o Central, la Oriental y la Cima Norte (Cruz). Uno de los atractivos turísticos que ofrece el nevado son los hieleros del Chimborazo, que son personas que sacan hielo de los glaciares del Chimborazo y posteriormente lo comercializan. la provincia de Chimborazo. También ofrece historia, tradiciones, artesanías y otras riquezas naturales como lagunas y páramos.
- El Altar: Ubicado en la provincia del Chimborazo, muy reconocido por la particularidad de sus formas y su belleza. Capac Urcu es el nombre que los indígenas le dieron y significa “Majestuoso, Montaña rey”.
- Carihuairazo: la cumbre máxima del Carihuairazo fue conquistada en 1880 por Edward Whymper. Se encuentra al noreste del Chimborazo y posee una caldera aproximadamente de 2 km de longitud rota por una erosión glaciaria, tiene una extensión

de 58.560 km (Cruz). El pie de la montaña está rodeado por arenales parecidos a los del Chimborazo el objetivo central de la reserva es la preservación de especies propias del ecosistema andino, como la vicuña, la llama y la alpaca.

- **Riobamba:** Está ubicada en el valle del río Chambo en la cordillera de los Andes, en la sierra ecuatoriana, específicamente está ubicada en la parte norte-centro de la hoya y tiene una altura de 2.754 metros sobre el nivel del mar (Burgos). Es conocida como la Sultana de los Andes y se encuentra rodeada de cordilleras, que forma grandes y pequeños valles.
- **Guano:** Guano es un importante centro artesanal de tejidos de lana. Su especialidad es la elaboración de alfombras. El pueblo está a 14 km de la ciudad de Riobamba (Burgos 161). A 40 km. está Guamote, con edificaciones antiguas y producción de artesanías en lana y cabuya (Burgos, 161).
- Otro centro artesanal de tejidos y cerámica es Alausí, a dos horas de la vieja capital, que además tiene un gran movimiento comercial. Muy cerca se encuentra la laguna Ozogoche, frecuentada por aficionados a la pesca. Chunchi ofrece grandes posibilidades para las personas que les gusta pescar, es decir, pesca deportiva. Ésta comarca es rica en vegetación y fauna silvestre. En Cajabamba hay templos y casas de la primera época de la colonia. Se destaca la iglesia de la Balbanera, antigua edificación construida por los españoles.
- **Laguna de Colta:** La Laguna de Colta se encuentra en la llanura de Sicalpa. En este lugar se realizó la primera fundación de Santiago de Quito, en 1534. La naturaleza que la rodea es impresionante, con paisajes andinos únicos. Varias otras lagunas aptas para la pesca existen en la provincia de Chimborazo.

- Punín: A 30 minutos de Riobamba está el cementerio de Punín, conocido por haberse hallado en el sitio restos fosilizados de animales del pleistoceno. Así mismo, se encontraron restos humanos que datan de 8 mil años antes de Cristo, en el sector de la quebrada de Chalán. La zona cuenta con un museo de sitio y el santuario al señor del Chuypi.
- Nariz del Diablo: El mundialmente famoso viaje en tren a “la Nariz del Diablo” es de los más destacados y fantásticos viajes en tren del mundo, durante su trayecto se puede observar el rico tapiz de las cuidadosamente bien cultivadas tierras andinas, contrastándose con lo basto y agreste del paisaje en el páramo, recorriendo los 400 km de extensión del valle central andino que acertadamente fue llamado “la Avenida de los Volcanes” en 1802 por el explorador alemán Alexander Von Humboldt debido a que este magnífico y único lugar del planeta está adornado por decenas de volcanes muchos de ellos aún activos y algunos de gran altitud y tamaño que resaltan por sus nieves eternas. Este viaje en tren que parte de la ciudad de Riobamba, hacia el sur pasa por un sin número de pequeños pueblos enclavados en las montañas y extensos territorios, arribando al pueblo de Alausí donde empieza el electrizante descenso por la nariz del diablo (Hacienda Abraspungo).
- Volcán Sangay: es un volcán activo de 5.230 msnm. está ubicado a 60 km al sur del volcán altar, esta montaña aun construye su cono con material de fuertes erupciones volcánicas, conjuntamente con el Cotopaxi, reventador y Tungurahua constituyen los 3 volcanes activos en Ecuador (Cruz). Está rodeado por grandes ríos y paisajes lo que constituye uno de los lugares más hermosos en los paisajes andinos.

- **Parque nacional Sangay:** De extraordinaria belleza natural el Parque Nacional Sangay cuenta con toda una gama vertical de ecosistemas, desde bosques húmedos tropicales hasta glaciares. Con una extensión de quinientas mil hectáreas oscila entre 900 msnm y 5000 msnm, es considerado como uno de los lugares de mayor diversidad biológica del país. Posee tres volcanes dos de ellos activos y sus paisajes ofrecen maravillosos contrastes entre cumbres nevadas y selvas de llanura. Su aislamiento facilita la protección de especies en peligro de extinción como el tapir de montaña y el cóndor de los andes (UNESCO). Está situado en la cordillera oriental en la región de los andes en el centro de Ecuador. El Tungurahua (5.016m) y el Altar (5.139m) se ubican en el noreste y el Sangay (5.230m) se ubica en el centro del parque. Los volcanes Tungurahua y Sangay se encuentran activos. Por su parte el volcán Altar se considera extinto (UNESCO).

El Parque Nacional Sangay fue establecido como reserva natural en junio 16 de 1975, cuatro años más tarde el estatus fue cambiado a parque nacional en julio 26 de 1970. En 1983 fue declarado como patrimonio natural de la humanidad por la UNESCO y más adelante en 1992 fue ampliado al sur, casi duplicando su territorio (Parque Nacional Sangay).

### **Actividades Económicas:**

Riobamba es el centro comercial de la provincia de Chimborazo, pero, en todas las cabeceras cantonales como Guano, Chambo, entre otros y en algunas parroquias, se realizan ferias que por lo general se basan en la producción agropecuaria.

El comercio en la ciudad de Riobamba cuenta con algunas empresas grandes como:

- Cemento Chimborazo
- PROLAC
- TUBASEC
- Hornos Andinos
- HELO
- Subsiste la industria harinera, cuyas actividades comerciales se realizan con las provincias de la Sierra y Costa; algunos productos se envían al exterior.

La artesanía es otra actividad económica importante en la provincia de Chimborazo, representada por la producción de calzado, ropa, alfombras, chompas y otros tejidos, los mismos que se desarrollan en Guano y Penipe; la fabricación de tejas y ladrillos se desarrolla en Chambo.

La producción agrícola (papas, habas, cebada, melloco, trigo, maíz y otros vegetales), así como la crianza de cuyes y conejos son las actividades económicas a las que la mayor parte de los pobladores de las áreas rurales se dedican (Acción Rural).

La población económicamente activa de la ciudad de Riobamba se dedica principalmente a las siguientes ocupaciones:

Ciudad	Grupo ocupacional	Porcentaje	PEA
Riobamba			75.027
	• Fuerzas Armadas	1,6%	1.186
	• Profesionales técnicos y trabajadores asimilados	1,7%	1.302
	• Directores y funcionarios públicos superiores	9,7%	7.244
	• Personal administrativo y trabajadores asimilados	2,3%	1.735
	• Comerciantes y vendedores	5,9%	4.421
	• Trabajadores de los servicios	14,1%	10.566
	• Trabajadores agrícolas y forestales	16,5%	12.373
	• Mineros, hilanderos, tabacaleros y otros	17%	12.731
	• Zapateros, ebanistas, joyeros, electricistas y otros	5,7%	4.306
	• Conductores equipos transporte, artes gráficas y otros	20,9%	15.682
	• Otros	4,6%	3.481

Fuente: Sistema Integrado De Indicadores Sociales Del Ecuador, SIISE 4.5

### **Empresas en Riobamba:**

#### ❖ CEMENTO CHIMBORAZO:

“La Empresa Cemento Chimborazo C.A. es una industria ecuatoriana, con 60 años de presencia en el mercado nacional, cuya principal actividad es la elaboración de cementos Portland. La capacidad de producción actual es de 340.000 toneladas anuales, con una clara proyección de crecimiento para el primer trimestre del 2013 a 1 millón de toneladas, gracias a nuevas inversiones en particular la nueva línea de molienda con un sistema de despacho de última generación. Dicha empresa es la principal fuente de empleo en la provincia de Chimborazo, con 337 puestos de trabajo, entre obreros, técnicos y personal administrativo. En el año 2010 la empresa fue nombrada como la Industria del año en la provincia, continúa contribuyendo al progreso de la industria del país, como una compañía productiva, sólida, moderna y en constante crecimiento” (Cemento Chimborazo).

### **Hospitales en Riobamba:**

#### ❖ Hospital Provincial General Docente Riobamba:

“El Hospital Provincial General de Riobamba garantiza la atención oportuna e integral de salud a través de la implementación de las políticas del estado, con calidad, calidez, eficacia y eficiencia para la población que demanda los servicios de atención preventiva, curativa y de rehabilitación, sin discrimen, con talento

humano calificado, motivado y con experiencia fundamentada en el trabajo interdisciplinario. El Hospital Provincial General Docente de Riobamba para el año 2013 será una unidad de referencia, capaz de prevenir y resolver en forma integral y oportuna los problemas de salud de la población, garantizará servicios de calidad con tecnología de última generación e infraestructura adecuada, basada en los principios de solidaridad, equidad, universalidad y transparencia administrativa. Dispondrá de insumos y medicamentos gratuitos acorde al perfil epidemiológico” (Hospital Riobamba).

❖ Hospital de Especialidades San Juan Hospiesaj S.A.

“El hospital trabaja en el fortalecimiento técnico, administrativo y humano de sus miembros, con miras a fortalecer la calidad de la atención de salud que proveen, mediante el cumplimiento de estándares óptimos de atención y una capacidad gerencial que centra su interés en la atención del paciente. Además busca además, contribuir al desarrollo científico del sector salud. Para el efecto está construyendo líneas de cooperación con organizaciones científicas de nivel nacional e internacional. Como parte del Sistema Nacional de Salud, contribuye a la construcción de una visión estratégica de la Política Pública en este campo. Es importante mencionar que también busca Integrar, representar y defender los intereses comunes de sus miembros, y también busca Promover el fortalecimiento técnico, administrativo y humano de sus miembros, con el fin de que ejerzan un liderazgo efectivo en la provisión de servicios de la salud a nivel nacional e internacional, en base a la ética, a una mejora continua de

servicios a los usuarios, el respeto a la vida y el medio ambiente” (Hospital de Especialidades San Juan).

### **Porcentaje de residencias en Riobamba:**

#### **Vivienda y Servicios Básicos:**

##### ❖ Hogares y viviendas:

En el Cantón Riobamba existen 48,966 hogares y 48,668 viviendas, de los cuales se estima que el 95% tienen una vivienda propia.

Hogares: En lo que se refiere a hogares las condiciones de hacinamiento ha disminuido en donde actualmente tiene el 17.4%.

Gas y electricidad: En cambio al referirnos al uso del gas o electricidad ha ascendido ya que en el momento existe el 77.2%, considerándose el 22.3 el uso de leña o carbón.

Por lo tanto se ha podido observar que ha incrementado el nivel de vida de dicho cantón en lo que corresponde a todos sus servicios básicos y vivienda (Acción Rural).

#### **Análisis de la competencia:**

Los nombres de los competidores directos son: Expediciones Andinas, Releche, Hostería Abraspungo y Hostería La Andaluza. Expediciones Andinas y Releche son empresas que ofrecen servicios de expediciones a las elevaciones montañosas de Ecuador como el Chimborazo y el Altar así como servicio de hospedaje a las faldas de los respectivos volcanes. Las hosterías Abraspungo y Andaluza ofrecen servicio de hospedaje y otras

actividades dentro de la ciudad de Riobamba. Expediciones Andinas es dirigida por el alpinista de renombre internacional y guía de montaña profesional, Marco Cruz Arellano. Releche está dirigida por el ganadero Oswaldo Cedeño. Abraspungo es una empresa familiar dirigida por la familia Valdivieso así como Andaluza, empresa de propiedad familiar y empresarios externos.

### **Posicionamiento de la competencia, mercado al que sirve, precios:**

#### **Expediciones Andinas:**

Expediciones Andinas está muy bien posicionada, ya que tiene 30 años en el mercado y cuenta con profesionales en el deporte de escalar. Por el mismo motivo llega a un nicho de mercado específico que en este caso son los escaladores internacionales, principalmente de Alemania.

#### **Precios:**

##### Habitaciones

- Precio por persona: \$ 50.00 (incluye cena y desayuno).
- Habitación simple: \$ 75.00 (incluye cena y desayuno).

##### Excursiones

Existen dos tipos de paquetes en las excursiones:

- Si el huésped va con su propio carro, se le cobra sólo por la habitación.
- Si el huésped va sin carro consiste se cargan los costos por día de:

Transporte: \$ 100.00

Guía turístico: \$ 60.00

El paquete tiene un costo total de \$160 por persona más los cargos por habitación.

### **Releche:**

La construcción de los refugios empieza en el año 1994 cuando el propietario de la hacienda tuvo la visión de crear un refugio de montaña que satisfaga las necesidades de los visitantes a la hacienda, empezó con la construcción del refugio ubicado en la hacienda, la construcción de este terminó en el año 1996 con su inauguración y primera apertura el 31 de noviembre del mismo año (Hacienda Releche).

Está dirigido para un mercado con las personas que están dispuestas a realizar cabalgatas y paseos a caballo, a este tipo de cabalgatas asisten preferentemente hacendados o ganaderos expertos en la equitación.

Releche solo ofrece paquetes para los turistas, a continuación se detallaran los paquetes ofertados.

#### **Paquete 2 Días, 1 Noche:**

1 Día

06:30 Salida de Riobamba

07:30 Llegada a la Hacienda Releche

08:00 Charla Técnica, Entrega de Box Lunch y empieza la aventura hacia Valle de Collanes (caminata o cabalgata)

16:00 Llegada al Campamento

17:00 Charla Técnica e Indicaciones Generales

19:00 Cena

20:00 Evaluación del día.

## 2 Día

06:00 Desayuno e Indicaciones

06:30 Entrega del box lunch y caminata o cabalgata hacia el atractivo

Laguna Amarilla

08:00 Observación de atractivo, descanso y fotografías

09:00 Caminata de regreso al campamento

10:30 Caminata hacia la hacienda Releche

14:00 Llegada a la hacienda Releche

15:00 Retorno a la Ciudad de Riobamba

Nota: Todas las actividades y horarios se cumplirán considerando el clima y la condición física del grupo.

## Paquete 3, Días 2 Noches.

### 1 Día

06:30 Salida de Riobamba

07:30 Llegada a la Hacienda Releche

08:00 Charla Técnica, Entrega de Box Lunch y empieza la aventura hacia Valle de Collanes (caminata o cabalgata)

16:00 Llegada al Campamento

17:00 Charla Técnica e Indicaciones Generales

19:00 Cena

20:00 Evaluación del día.

## 2 Día

08:00 Desayuno e Indicaciones

09:00 Entrega del box lunch y caminata o cabalgata hacia el atractivo

Laguna Amarilla

11:00 Observación de atractivo, descanso y fotografías

12:00 Caminata de regreso al campamento

16:00 Tiempo Libre

19:00 Cena

20:00 Evaluación del día

20:30 Fogata y Canelazo

## 3 Día

08:00 Desayuno e indicaciones

09:00 Entrega de Box Lunch y caminata o cabalgata hacia la hacienda

Releche

14:00 Llegada a la hacienda Releche

15:00 Retorno a la Ciudad de Riobamba

Nota: Todas las actividades y horarios se cumplirán considerando el clima y la condición física del grupo.

Paquete 4 días, tres noches:

1 Día

06:30 Salida de Riobamba

07:30 Llegada a la Hacienda Releche

08:00 Charla Técnica, Entrega de Box Lunch y caminata o  
cabalgata hacia

Valle de Collanes

16:00 Llegada al Campamento

17:00 Charla Técnica e Indicaciones Generales

19:00 Cena

20:00 Evaluación del día.

2 Día

08:00 Desayuno e Indicaciones

09:00 Entrega del box lunch y caminata o cabalgata hacia el atractivo

Laguna Amarilla

11:00 Observación de atractivo, descanso y fotografías

12:00 Caminata de regreso al campamento

16:00 Tiempo Libre

19:00 Cena

20:00 Evaluación del día

20:30 Fogata y Canelazo

3 Día

08:00 Desayuno e Indicaciones

09:00 Entrega del box lunch y caminata o cabalgata hacia el atractivo  
Laguna de Mandur.

11:00 Observación de atractivo, descanso y fotografías

12:00 Caminata de regreso al campamento

16:00 Tiempo Libre

19:00 Cena

20:00 Evaluación del día

4 Día

08:00 Desayuno e indicaciones

09:00 Entrega de Box Lunch y caminata o cabalgata hacia la hacienda  
Releche

14:00 Llegada a la hacienda Releche

15:00 Retorno a la Ciudad de Riobamba

Nota: Todas las actividades y horarios se cumplirán considerando el  
clima y la condición física del grupo.”

(Hacienda Releche).

### **Abraspungo:**

La Hacienda Abraspungo nació como una alternativa turística para que el visitante nacional y extranjero disfrute de un cómodo alojamiento en un cálido ambiente en medio de la tranquilidad del paisaje campestre y con el micro clima especial del Valle del Guano. Su estilo arquitectónico es una fusión entre el tradicional formato colonial y los requerimientos de los

tiempos actuales, recreando el paisajismo de la serranía ecuatoriana en todas sus áreas. Abraspungo rescató la arquitectura vernácula del Ecuador haciendo resaltar similitudes arquitectónicas de casas solariegas, antiguas haciendas, y viviendas de los campesinos y chagras de la sierra ecuatoriana (Hacienda Abraspungo). La Hacienda Abraspungo nació como una alternativa turística para que el visitante nacional y extranjero disfrute de un cómodo alojamiento en un cálido ambiente en medio de la tranquilidad del paisaje campestre y con el micro clima especial.

Precios:

Habitaciones:

Single: 86.50 USD

Doble: 120.00 USD

Suite: 210.00 USD

Todos los precios son en dólares americanos y los impuestos y servicios están incluidos”  
(Hacienda Abraspungo).

### **3.4 Análisis del Área de Mercado:**

#### **Límites**

Cantón Penipe:

Ubicado en la provincia de Chimborazo, limita:

- Norte: con la quebrada de los Motilones.
- Sur: con Río Blanco.

- Este: desde Paila Cajas hasta la Laguna Enjallinado.
- Oeste: con el río Chambo.

Parroquia La Candelaria:

Ubicada al este del cantón Penipe, sus límites son:

- Norte: Parroquia La Matriz y Matus, separado por el río Tarau.
- Sur: Parroquia Quimiag (Quebrada Gampala) del cantón de Riobamba y la provincia Morona Santiago.
- Oeste: Río Blanco con el cantón Riobamba.
- Este: Quebrada de las Flautas con la provincia de Morona Santiago.

#### **Perímetro determinado por distancia de automóvil:**

El área de mercado de la Hostería Spa se limita al cantón Penipe ubicado a 20 minutos de Candelaria y a la ciudad de Riobamba ubicada a 40 minutos de la misma.

#### **Información Económica y demográfica:**

Distribución de la población por grupos de edad:

<u>Población del Cantón Penipe</u> por: Grandes grupos de edad	Hombre	Mujer	Total
<u>Población del Cantón Penipe</u> por: De 0 a 14 años	882	907	1789
<u>Población del Cantón Penipe</u> por: De 15 a 64 años	1814	1935	3749
<u>Población del Cantón Penipe</u> por: De 65 años y más	578	623	1201

Población del Cantón Penipe por: Total	3274	3465	6739
--	------	------	------

(Eruditos).

Población del Cantón Penipe Urbana vs. Rural:

CANTÓN PENIPE PARROQUIAS:	URBANO + RURAL			RURAL		
	NO POBRES	POBRES	Total	NO POBRES	POBRES	Total
Penipe	732	1,222	1,954	83	940	1,023
El Altar	254	1,011	1,265	254	1,011	1,265
Matus	248	735	983	248	735	983
Puela	88	534	622	88	534	622
San Antonio De Bayushig	320	781	1,101	320	781	1,101
La Candelaria	73	402	475	73	402	475
Bilbao	18	178	196	18	178	196
<b>Total</b>	<b>1,733</b>	<b>4,863</b>	<b>6,596</b>	<b>1,084</b>	<b>4,581</b>	<b>5,665</b>

Hogares según el nivel socio-económico: Es importante mencionar que esta información de los hogares según el nivel-socioeconómico ha sido tomada de la ciudad de Riobamba, ya que, del Cantón Penipe no se han encontrado datos estadísticos (Eruditos).

INDICADOR	N°
<b>Viviendas</b>	48,668
<b>Hogares</b>	48,966
INDICADOR	%(viviendas)
<b>Casas, villas o departamentos</b>	80,0%
<b>Piso de entablado, parquet, baldosa, vinil, ladrillo o cemento</b>	79,1%
<b>Agua entubada por red pública dentro de la vivienda</b>	63,9%
<b>Red de alcantarillado</b>	68,4%
<b>Sistemas de eliminación de excretas</b>	87,3%

<b>Servicio electric</b>	94,6%
<b>Servicio telefónico</b>	36,3%
<b>Servicio de recolección de basura</b>	62,2%
<b>Déficit de servicios residenciales básicos</b>	41,2%
<b>INDICADOR</b>	<b>%(hogares )</b>
<b>Vivienda propia</b>	66,2%
<b>Personas por dormitorio</b>	2,3%
<b>Hacinamiento</b>	17,4%
<b>Servicio higiénico exclusive</b>	62,1%
<b>Ducha exclusive</b>	51,6%
<b>Cuarto de cocina</b>	89,4%
<b>Uso de gas o electricidad para cocinar</b>	77,2%
<b>Uso de gas para cocinar</b>	76,4%
<b>Uso de leña o carbón para cocinar</b>	22,3%

Fuente: Sistema Integrado De Indicadores Sociales Del Ecuador, SIISE 4.5

### **Demografía:**

La demografía en la provincia de Chimborazo se ha enfocado en la distribución de habitantes por tierra cultivable medida por hectáreas, según sean los recursos, técnicas y conocimientos realmente disponibles con que cuenta la población regional para aprovechar su

propio hábitat (Burgos, 49). El área urbana del cantón de Riobamba, se caracteriza por un gran crecimiento poblacional.

### **Análisis de la población y crecimiento poblacional:**

Dicho crecimiento poblacional se ha dado desde 83.000 habitantes en el censo de 1990 a 125.000 habitantes en el de 2001 y en el 2010 a 146.324 habitantes y se ha tomado en cuenta 3 cantones que forman la región de refugio y son: Riobamba, Guano y Colta los tres desempeñan plenamente una función política y son considerados así para las actividades administrativas y políticas a nivel nacional, provincial y cantonal (Burgos, 50); esto se puede considerar como un importante crecimiento, es decir, se tiene un estimado de crecimiento del 17% en la última década. Se han ideado nuevas iniciativas para retomar el desarrollo, de las cuales algunas se hallan en proceso y otras en proyecto de desarrollo, impulsarán a que el ritmo de crecimiento sea mayor aún.

La economía regional de Riobamba se sustenta especialmente en el complejo de las actividades agrícolas y pecuarias de tipo tradicional (Burgos, 163). La ciudad de Riobamba está en el área de aglomeración urbana, es decir se ha dado un incremento migratorio del campo a la ciudad. Los ciudadanos de los cantones como: Guano, Chambo, Licto, Punin, San Gerardo, entre otros, han sido los protagonistas principales del crecimiento económico, por la cercanía a la ciudad de Riobamba han hecho que el comercio incremente de manera significativa, también se debe mencionar que ha habido gran influencia por parte de los artesanos quienes se dividen en dos grupos; A) los artesanos económicamente progresistas: y en este grupo predominan las ramas como (zapatería, mecánica en general, carpintería y

sastrería), por otro lado tenemos a los B) artesanos de servicio que son dependientes de los artesanos progresistas y son quienes trabajan para ellos (Burgos, 148-149). Estos artesanos también han contribuido a la migración que se ha dado en Riobamba, porque gracias a esta migración se han producido las denominadas ferias, así como en trabajos comunes o educación, convierta a Riobamba en un centro de negocios, empleo, estudio, trabajo de todas estas poblaciones.

### **Población flotante:**

La población flotante del área metropolitana hace que la ciudad llegue a los 195.964 habitantes.

La población de Riobamba se ha caracterizado por un constante flujo de migración, es decir de la migración del campo a la ciudad, por este motivo en Riobamba hay gran movilidad de diferentes etnias.

### **Composición étnica:**

Desde la fundación la ciudad de Riobamba se compuso por descendientes europeos y mestizos (mezcla de indígenas quichuas y europeos). Pero en la actualidad se ha empezado a considerar como indio al que vive en la comunidad indígena, no solo por su cultura, sino en función de las relaciones sociales o éticas en las que está involucrado (Burgos, 58). Actualmente se puede notar el mestizaje racial que existe en la población. Otro hecho importante es que en la última década gran cantidad de población de chinos, colombianos y cubanos han venido a instalarse como fuerza laboral en muchas ciudades de Ecuador, entre

ellas Riobamba, lo que ha contribuido al mestizaje racial, es decir han generado una mayor mezcla de culturas. Es importante mencionar que, la mayor migración llegó del resto del país, y más aún con la fundación de varias universidades en la ciudad, que han ganado prestigio por su calidad de estudio. Actualmente se estima que cerca de 15.000 personas de fuera estudian y viven hoy en la ciudad. Otras establecieron sus negocios y modo de vida, si bien atraídos por los precios bajos en muchas cosas a relación de otras ciudades, como por la calma que ésta brinda a cambio del caos mayor y estrés que se enfrenta en otras.

### **Tasa de crecimiento anual:**

La tasa de crecimiento anual de la población para el período 1990-2001, fue de 1,5%.

“De acuerdo con los datos presentados por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), del último Censo de Población y Vivienda, realizado en el país, el cantón Riobamba presenta una base piramidal ancha, a expensas de la población escolar y adolescente, con un porcentaje algo menor de niños que se encuentran entre los 0 y 4 años, lo cual se explicaría por la migración existente desde este cantón a diversos lugares de la provincia y el país. En el área rural del cantón se encuentra concentrada un 35,44% de la población de Riobamba. El analfabetismo en mujeres se presenta en 6,11%, mientras que en varones: 2,92%. Un significativo porcentaje de la población carece de alcantarillado, apenas lo poseen el 68% de viviendas. Otros parámetros que reflejan la cobertura de servicios a la población son:

- Agua entubada dentro de la vivienda: 64%.

- Energía eléctrica 94,55%.
- Servicio telefónico 36,34%.

En síntesis, el déficit de servicios residenciales básicos alcanza al 41,23% de vivienda.” (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC).

### **3.5 Análisis de la Oferta**

El proceso para determinar la oferta hotelera fue trabajo de campo, encuestas telefónicas, y emails enviados a la competencia primaria. El trabajo de campo fue realizado por las integrantes del grupo en Riobamba. Analizamos la oferta por tipo de mercado al que se dirigían y el concepto de sus hoteles. La segunda metodología fueron encuestas telefónicas. De estas obtuvimos solamente el concepto del hotel ya que estos mantuvieron el resto de la información privada. La última metodología empleada fue vía email. El email enviado consistía en un evento ficticio para el cual era necesario cierto número de habitaciones dobles y simples, al igual, que comida para el personal. La única competencia que respondió el email fue Hacienda ReLeche. El resto de información obtenida fue por medio de las páginas web de cada hotel y por medio de contactos en cada una de las Haciendas.

#### **Factores que determinan la competencia primaria:**

##### **Hacienda Abraspungo:**

El concepto de la Hacienda Abraspungo consiste en ofrecer a sus clientes el mejor alojamiento en medio de las montañas y los paisajes que ofrece el Ecuador. Abraspungo es una alternativa para hospedarse en un hotel de lujo y para poder disfrutar de las diferentes

actividades y deportes que ofrecen sus alrededores. El factor principal que pone a Abraspungo como competencia primaria es el mercado al que atrae la empresa. El mercado al cual la Hacienda intenta atraer es de clientes de clase media alta que gustan de disfrutar de los paisajes, la cultura, y la gastronomía ecuatoriana. Al igual, estos clientes disfrutaban de actividades y deportes de montaña. Deportes como caminatas, hiking, cabalgatas y escaladas. Otros factores como la ubicación, la estructura del hotel, las amenidades, imagen y por último, calidad y servicio. El hotel está ubicado en Riobamba, a cuarenta y cinco minutos de nuestro hotel. El concepto del hotel, similar al nuestro, y la cercanía de la ubicación hacen que este sea nuestra competencia primaria. Las amenidades ofrecidas por Abraspungo difieren en ciertas áreas que las nuestras pero principalmente son las mismas. Las diferencias están en que la Hacienda Abraspungo ofrece una piscina y bar lo cual nosotros no tenemos. A diferencia de esto, la Hostería Spa Collanes ofrece un servicio de spa basado en la medicina tradicional indígena. La imagen que ambos hoteles ofrecen es similar. La similitud se basa en las características únicas que estos ofrecen. Collanes Hostería Spa tiene una propuesta arquitectónica rústica que ofrece murales y espacios acogedores, la arquitectura del hotel tiene diferentes habitaciones cada una con una característica única que la distingue. Abraspungo ofrece una arquitectura:

“Fusión entre el tradicional formato colonial y los requerimientos de los tiempos actuales, recreando el paisajismo de la serranía ecuatoriana en todas sus áreas,” (Abraspungo)

La calidad que ofrece la Hacienda Abraspungo es una calidad alta para clientes de lujo. Es por esto que sus precios de habitación varían entre 85 y 130 dólares. Todas estas similitudes que unen a Abraspungo y a Callones es lo que posiciona a Abraspungo como competencia primaria.

	Hacienda Abraspungo	Expediciones Andinas	Hacienda ReLeche
Ubicación	Riobamba	Chimborazo	Altar
Capacidad Alojamiento	140	16	50
Porcentaje de ocupación	60%	65%	65%
Fecha de apertura	1990	1980	1996
Tipo de administración	Dueño	Dueño	Dueño
Imagen	Excelente	Excelente	Buena
Acceso y visibilidad	Buena	Regular	Regular
Condición Física	5	5	5
Segmento de Mercado	Alto y Medio- alto	Alto	Alto y Medio – alto
Porcentaje que llega por reservación	Agencias de viajes	Agencias de viajes	Agencias de viajes
Generadores de demanda	UIO y GYE	UIO y GYE	UIO
No de habitaciones	37	8	7
Simples	Si	No	No
Dobles	Si	Si	Si
Suites	No	No	No
Otras	No	No	No
Salas convenciones	Si	No	No
Numero de restaurantes	1	No	No

Capacidad Total	75	No	No
Amenidades			
Piscina	Si	No	No
MiniBar	No	No	No
Bar	Si	No	No
Servicio de catering externo	Si	No	No
Room Service	Si	No	No
Precio promedio habitación			Precio estándar
Simples	86,50	75	por paquetes:
Dobles	120	100	
Cheque promedio de restaurantes	15	Precio de habitaciones incluye restaurante.	Precio de habitaciones incluye restaurante.
Estacionalidad			
Semanal	Fin de semana	Fin de semana	Fin de semana
Mensual	Variable	Variable	Variable
Annual	Variable	Feridos largos	Feridos largos
¿Qué tendencias ven?	Excelente	Excelente	Buenas

**Expediciones Chimborazo:**

Expediciones Chimborazo tiene una ubicación a 4,000 metros de altura; en las faldas del Volcán Chimborazo. Es un refugio que consiste de dos cabañas; cada cabaña equipada con cuatro habitaciones dobles, dos baños y electricidad. Marco Cruz, el dueño de las cabañas creó un concepto donde clientes de mercados extranjeros viajan en grupos para vivir actividades de deporte en un paisaje exclusivo que solamente ofrece el Ecuador. Expediciones Chimborazo ofrece deportes de trekking, montañismo, escala y expediciones creadas al gusto del clientes. (Expediciones Andinas – Ecuador). Factores analizados de la competencia fueron los siguientes: ubicación, la estructura del hotel, las amenidades, imagen y por último, calidad y servicio.

Expediciones Chimborazo, como lo dice su nombre, está ubicado en las faldas del Volcán Chimborazo. El Volcán Chimborazo está, en carro, a dos horas de Candelaria. La estructura del hotel consiste en cabañas construidas con materiales nativos para preservar la naturaleza del lugar. Las amenidades ofertadas por Expediciones Chimborazo son los más básicos. La imagen que Expediciones Andinas propone es una imagen que combina un hotel de lujo con deportes de aventura relacionados a la montaña. Collanes ofrece un establecimiento donde el deporte de aventura se mezcla con un spa de medicina indígena donde las personas pueden descansar. La calidad y servicio de ambos hoteles es alto; la calidad ofertada es una calidad alta y única proporcionada por los materiales y materias primas utilizadas en cada área del restaurante; al igual, el servicio está conformado por gente capacitada que ofrece un servicio personalizado para cada huésped.

Hacienda ReLeche está ubicada en la ciudad de Riobamba; con dos refugios construidos: el primero en el valle de Collanes y el otro en la hacienda ReLeche. El primer refugio está ubicado a 3,050 metros del mar, y el segundo, en las faldas del Altar, está ubicado a 3,400 metros. La hacienda ha tenido dos construcciones; la primera ofrecía cabañas de adobe y paja; en 1999 se dio la segunda construcción que fue construida a base de refugios de ladrillo y madera. Hacienda ReLeche recalca que todos sus procesos fueron llevados a cabo conservando la preservación del páramo. Es un refugio que ofrece cabalgatas y un alojamiento de lujo. ReLeche está posicionado como competencia directa por la semejanza en todos los factores con Collanes.

Los factores analizados previamente: ubicación, la estructura del hotel, las amenidades, imagen y por último, calidad y servicio son los factores que predominan la diferencia entre competencia primaria y competencia secundaria. Hacienda ReLeche tiene una ubicación accesible al cliente; el primer refugio está ubicado en Riobamba donde se puede acceder por carro. El segundo refugio está ubicado en las faldas del Altar donde se accede por caballos proporcionada por el hotel. El hotel consiste en diferentes habitaciones de madera y ladrillo; estas habitaciones están equipadas con literas para sus huéspedes. Las amenidades ofrecidas por Collanes y Hacienda ReLeche son las mismas; la diferencia básica es que el servicio de comida en Collanes no se da bajo reservación, ambos hoteles proyectan una imagen de aventura y de relajación. La calidad de Collanes es superior que la calidad que ofrece Hacienda Releche. Collanes ofrece habitaciones personalizadas y full equipadas, mientras ReLeche ofrece habitaciones compartidas con literas y no ofrecen todos los equipos.

Factores	Abraspungo	Expediciones Andinas	Hacienda ReLeche
Ubicación	Si	No	Si
Facilidades	Si	Si	Si
Estructura del Hotel	Si	No	No
Calidad y Precio	Si	Si	No
Imagen	Si	Si	Si

### **Radiografía de la Competencia:**

#### **Competencia Secundaria:**

La competencia secundaria de Collanes son hoteles que comparten pocos factores primarios pero que tienen ubicaciones similares. Los hoteles categorizados como competencia secundaria de Collanes tienen ubicación en Baños. Hoteles que compiten con características similares con Collanes son hoteles Spa. La primera hostería que representa la competencia secundaria es la Hostería-Spa Samari. El Hotel Samari está equipado con habitaciones de lujo, gastronomía única, spa, salones de conferencia, piscina y áreas de recreación al aire libre. Samari Spa Resort es un hotel de lujo que tiene un nivel de tarifas más elevadas que el resto de la competencia. La tarifa de Samari varía entre \$180 y \$380. Samari representa nuestra competencia secundaria principalmente por el servicio de Spa.

Otro hotel que representa competencia secundaria para Collanes es el Hotel Spa Sangay. Este hotel ofrece a sus huéspedes un hotel de lujo que incluye restaurantes y un spa. Además, de todos los deportes, paisajes, y tours que ofrece Baños. El último hotel analizado como competencia secundaria de Collanes es el Hotel Miramelindo. Este hotel ofrece hospedaje,

restaurante, orquidearios, caminatas y tours, y por ultimo un Spa. El spa representa el factor de mayor similitud con Collanes. El Spa de Miramelindo ofrece geoterapia, enemas, masajes, terapias emocionales, talleres de desarrollo personal, meditaciones, y gimnasia psicocalisténica. El Spa de Collanes Hostería- Spa ofrece medicina indigenista, limpiezas, masajes energéticos, y terapias.

### **Análisis:**

La competencia primaria de Collanes, Abraspungo, Expediciones Andinas, y Hacienda ReLeche, todas compiten por el mismo tipo de cliente. Un cliente el cual desea tener un hospedaje cómodo, poder disfrutar de deportes de aventura y escala, y a su vez estar rodeado de naturaleza y paisajes que solamente el Ecuador ofrece. Al tener un análisis de la competencia y ver los factores de similitud y de diferenciación se concluye que Collanes debe tener una característica definida que la identifique para atraer a más clientes. La característica principal de Collanes es el Spa basado en medicina indigenista. Ningún otro hotel (de competencia primaria ni secundaria) ofrece un Spa con estas especificaciones.

## **3.6 Análisis de Demanda**

La provincia del Chimborazo, conocida como “la provincia de las altas cumbres”, está ubicada en el centro del callejón interandino en la región sierra del Ecuador, su capital es Riobamba. En la provincia se encuentra el volcán Chimborazo, con una altura de 6.310 metros, majestuoso y de belleza impresionante, es la cumbre más alta del Ecuador. Además el

pico de Quilimas (4.919m) y el Altar (5.320m) muy atractivos por la belleza particular de sus formas.

La provincia esta bañada por dos redes hidrográficas importantes. Por un lado al sur de la provincia se encuentra el Río Chanchan que recibe las aguas de los ríos Chunchi, Guasuntos, Sibambe y Zula y desemboca en el río Chimbo. Por otro lado el río Chambo recorre la provincia de Sur a Norte y se alimenta de los ríos Blanco, Chibunga, Guamote, Pulucate, San Juan y Sicalpa y se une al Patate para formar el Pastaza. Dos lagunas que complementan la hidrografía de la provincia son la laguna de Ozogoché y la laguna de Colta (Provincia del Chimborazo, Ecuale).

La provincia del Chimborazo es un centro turístico importante en el Ecuador, sus principales atractivos se atribuyen a la belleza y particularidad de sus cumbres así como a su hidrografía y riqueza cultural. El volcán Chimborazo y el volcán Altar son dos de los principales generadores de demanda de la zona que atraen a un gran número de turistas por su belleza, además son un reto para los andinistas alrededor del mundo. La provincia cuenta con un mercado artesanal amplio, un ejemplo de ello es la ciudad de Guano que es conocida por ser un centro artesanal de tejidos de lana así como Alausí, otro centro artesanal de tejidos y cerámica.

En conjunto los principales generadores de demanda son el volcán Chimborazo, el volcán Altar, el Carihuarazo, la ciudad de Riobamba, Guano, Alausí, la Laguna de Colta, la laguna de Ozogoché, la Nariz del Diablo y el Parque Nacional Sangay, donde la concentración de servicios turísticos esta principalmente en Riobamba, Guano y Alausí.

Todas las características descritas anteriormente contribuyen a un flujo dinámico y permanente de turistas tanto nacionales como extranjeros dentro la provincia del Chimborazo,

quienes buscan disfrutar de los paisajes andinos, realizar actividades de montaña y de pesca, conocer la cultura ancestral indígena, disfrutar de la gastronomía y la variedad de artesanías disponibles para la venta. El flujo de turistas proveniente de los generadores de demanda, requiere una red de servicios de hospedaje y turismo coordinado, completo y de calidad. Collanes Hostería-Spa nace con el objetivo de brindar al turista una opción de hospedaje de alta calidad ubicado en las faldas del volcán Altar, donde el turista cuente con facilidades para realizar actividades de montaña así como de disfrutar de los paisajes andinos y conocer más de cerca la cultura indígena de la región y su sabiduría ancestral a través del servicio de tratamientos medicinales indigenistas que se ofrecerán en el Spa.

#### **Método empleado para determinar la demanda y justificación de su uso.**

El método que utilizamos para determinar la demanda es “Lodging Activity Build-Up Approach” ya que la provincia del Chimborazo cuenta con un área de mercado hotelero y turístico bien definida, por esta razón tanto la competencia primaria como secundaria del proyecto “Collanes Hostería Spa” se puede identificar fácilmente.

“Collanes Hosteria Spa” compite en el sector de servicios de hospedaje, spa y turismo de montaña dentro de la provincia del Chimborazo y la provincia de Tungurahua. El área de mercado está definida por los límites de la provincia y más estrechamente por los límites desde el cantón Penipe hasta la ciudad de Riobamba, determinado por el perímetro de distancia de una hora en automóvil desde la parroquia la Candelaria hasta la ciudad de Riobamba.

Cálculos realizados para encontrar la demanda total usable en cada división (habitaciones, convenciones, alimentos y bebidas, etc.) Porcentaje de ocupación proyectado.

- 1) La competencia se conforma por la Hacienda Releche, Expediciones Andinas, la Hostería Abraspungo y la Hostería Andaluza, las dos primeras brindan servicios de hospedaje, alimentación y guía para actividades de montaña, las dos últimas ofrecen servicio de hospedaje, alimentación y opciones para disfrutar de un turismo en familia. La competencia secundaria está conformada por Samari Hostería Spa y La Hostería Spa Miramebonito ambas ubicadas en la ciudad de Baños en la Provincia de Tungurahua, ofrecen servicio de hospedaje, alimentación y spa, esta última característica es la razón por la cual se consideran dentro de la competencia secundaria.

2)

<b>Demanda acomodada</b>				
<b>Nombre</b>	<b># Habitaciones</b>	<b>% Occ</b>	<b>Dias año</b>	<b>Total de hab. occ</b>
<b>Hacienda Releche</b>	7	65%	365	1.661
<b>Expediciones Andinas</b>	8	65%	365	1.898
<b>Hostería Abraspungo</b>	37	60%	365	8.103
<b>Hostería Andaluza</b>	55	70%	365	14.053
<b>Samari Hostería Spa</b>	37	70%	365	9.454
<b>Total</b>				<b>35.168</b>

La demanda acomodada que pudo alojarse se calculó con la siguiente fórmula:

$$\# \text{ Total de Hab. Ocupadas en el año} = \# \text{ Habitaciones por hostería} * \% \text{ Occ} * 365 \text{ días}$$

La suma de estos cálculos da como resultado 35.168 noches en habitaciones que equivalen a la demanda que pudo alojarse durante un año en el área de mercado que corresponde a Collanes Hostería Spa, donde para determinar este resultado se considera tanto la competencia primaria como la secundaria.

### 3) Demanda no acomodada o demanda latente.

Naturaleza de la demanda:

La demanda de servicios de hospedaje, alimentación y turismo en la provincia del Chimborazo se puede considerar como cíclica con una tendencia a aumentar en fechas particulares como feriados y vacaciones. Los feriados y vacaciones donde se da mayor flujo de turistas nacionales y extranjeros en el Ecuador son:

- Carnaval (febrero)
- Semana santa (marzo- abril)
- Vacaciones de verano (junio-agosto)
- Día de los difuntos, Independencia de Cuenca (noviembre)
- Vacaciones de Navidad y fin de año (diciembre)

El nivel de ocupación del área se calculó con la siguiente fórmula:

$$\text{Area-Wide Occ\%} = \frac{\text{Total Room Nights Sold } 39.256}{\text{Room Nights Available } 164*365} = 67,2\%$$

Los datos del total de habitaciones vendidas así como del total de habitaciones disponibles para la venta se tomaron de los cálculos realizados para estimar el market share, fair share y la penetración de mercado. El porcentaje de ocupación total del área es del 67,2%, a partir de esta cifra se puede determinar cuando el nivel de ocupación está por encima o por debajo del promedio y cómo el mercado de la oferta puede responder ante estas fluctuaciones.

Cuando el porcentaje promedio del área es de 60% la demanda no acomodada no se puede determinar, al contrario cuando la demanda supera el 70% se puede estimar el porcentaje de demanda no acomodada calculando la diferencia entre el promedio del área y nivel sobre el promedio de la misma.

La demanda no acomodada se estima como un porcentaje del nivel de ocupación del área, en este caso hemos determinado que porcentaje de demanda no acomodada en el área de mercado de Collanes Hostería Spa es de 7%.

### **Demanda inducida:**

Collanes Hostería Spa se proyecta como un futuro generador de demanda en la provincia del Chimborazo especialmente en la parroquia de la Candelaria en el Cantón Penipe cerca del volcán Altar. El servicio de hospedaje, alimentación, spa, actividades al aire libre y actividades de montaña de primera categoría se presentan como una oferta innovadora en el área de mercado, donde la ubicación y concepto del proyecto le dan una ventaja competitiva al ser escaso, rentable, difícil de copiar, difícil de sustituir.

La demanda de Collanes Hostería Spa generará un aumento estimado del 5% de demanda en el área total de mercado.

### **Demanda latente:**

Demanda latente = Demanda no acomodada + demanda inducida.

		7%		5%		12%
<b>Demanda latente</b>	=	2462	+	1.758	=	<b>4.220</b>

El porcentaje de la demanda latente es del 2% debido a que en la actualidad en el área de mercado no existen proyectos que se puedan considerar como generadores de demanda a futuro. Una característica que determina el bajo porcentaje de la demanda inducida es que los principales generadores de demanda de la provincia del Chimborazo son de origen natural y cultural, como la geografía, la hidrografía, las artesanías y la cultura ancestral indígena, cualquiera de los proyectos que generen alrededor de estos atractivos se convertirán directamente en generadores de demanda. Se considera a Collanes Hostería Spa como un proyecto dentro de la zona que generará demanda ya que todo su concepto gira alrededor de los atractivos de la provincia y facilita su acceso.

	<b>Rooms</b>	<b>Días</b>	<b>%Occ</b>	<b>Room Nights</b>	
<b>Demanda latente acomodable</b>	=	16	365	67%	3.913

<b>Demanda total usable</b>	
Demanda Inicial	35.168
+ Demanda Latente total	= 4.220
<b>Demanda total usable</b>	<b>39.388</b>

La demanda total usable en el área de mercado es de 39.878 habitaciones.

	# Hab. Inicial	Nueva oferta	<b>Total</b>
<b>Oferta total de habitaciones</b>	= 144	+ 16	<b>160</b>

<b>Oferta total de noches de Habitaciones</b>	=	Oferta total Hab.		<b>Total</b>
		160	* 365	<b>58.400</b>

### 3.7 Estudio de penetración de mercado, share of mkt y porción de ocupación:

Market Share % de captación del mercado, índice de penetración del mercado.

\*Anexo 6

Se determino el porcentaje de ocupación de cada sitio de acuerdo a la información recopilada en el estudio de la oferta, el porcentaje de ocupación de Collanes Hostería Spa se estimó en base al análisis desarrollado anteriormente donde se concluyó que la hostería tendrá un nivel de ocupación promedio del 70% durante sus primeros 10 años de funcionamiento.

El Market Share muestra que Collanes Hostería Spa contará con un 10,4%, superior al porcentaje que de acuerdo al Fair share le corresponde del 10%. Collanes Hostería Spa captará una porción pequeña del mercado debido a que su diseño de 16 habitaciones está pensado como una oferta exclusiva que tendrá la capacidad de alojar hasta 40 personas a diferencia de su competencia donde la capacidad de hospedaje es mayor.

El índice de penetración de mercado es de 104,14%, se considera que un índice superior a 1 es un resultado positivo, por lo que concluimos que Collanes Hostería Spa estará por encima del desempeño de su competencia.

### 3.7 Pronostico de ingresos y gastos

\*El flujo de efectivo se incluye en la sección 8. .

### 3.8 Análisis de la rentabilidad del proyecto

La tasa interna de retorno del proyecto es del 26% lo que demuestra que es un proyecto rentable y que supera el costo de oportunidad del capital. La inversión se recupera en el cuarto año de operación.

\*Sección 8: Flujo de Caja y Estado de Pérdidas y Ganancias, VPN, TIR, Payback Period.

(Excel)

## 4. Programa de Espacio

### 4.1 Detalle de los requerimientos de espacios por áreas

	<b>M2</b>
Programa de Espacio	0
Parqueaderos y Circulación vehicular	450
Instalaciones	
Áreas verdes	500
Spa	312
Área de Restaurantes A y B	86
Cocina y Servicios	115
Salas de Uso Múltiple	136
Hall Principal	35
Área Administrativa	10
Área de Habitaciones	580
<b>Área total</b>	<b>2224</b>



El diagrama de relación espacial nos muestra la relación de espacios e infraestructura que debe existir entre un área determinada de la hostería con otra. La numeración con la que se representa el grado de relación viene dada desde el número 0 hasta el número 2, donde cero indica que no debe existir relación entre dos áreas, 1 indica que deben estar parcialmente relacionadas, mientras que 2 indica que deben estar estrechamente relacionadas.

### **4.3 Guestroom Floor**

#### **4.3.1 Eficiencia del Guest Room Area configuración escogida.**

Eficiencia del uso del espacio %, Seguridad, Impacto para la experiencia del cliente, transportación vertical, escaleras.

-Eficiencia del Guest Room Area.

El diseño de las habitaciones es eficiente en cuanto al uso de espacio. El huésped cuenta con cinco áreas funcionales dentro de la habitación, cada una de ellas diseñada con el objetivo de que el cliente cuente con espacios cómodos y apropiados para realizar sus actividades.

-Collanes Hostería Spa tiene la siguiente configuración:

- 70% Guestrooms
- 30% Public/Support

Revenue Producing Areas

- 16 habitaciones, 10 dobles ubicadas en las cabañas y 6 ubicadas en la casa hacienda.
- Restaurante con capacidad para 50 personas

- Spa: Cuartos de masajes, Cueva limpia.
- Area de barbacoa

#### Non- Revenue Producing Areas

- Dos salas de recreación planta baja casa hacienda.
- Una sala de recreación planta alta casa hacienda.
- Jardines
- Parqueaderos
- Áreas de servicios (Área central, área de vestidores y lockers).

-Eficiencia del uso del espacio: 85%

-Seguridad: El diseño de la infraestructura de Collanes se realizó después de un análisis de las condiciones del terreno y de la zona. El diseño de la Hostería vela por la seguridad del huésped.

- Impacto para la experiencia del cliente

- El cliente cuenta con amplios y cómodos espacios en las habitaciones así como en las áreas públicas. La configuración de Collanes está pensada para que el cliente pueda disfrutar de su estadía en la hostería, con la tranquilidad de contar con todos los servicios que pueda necesitar dentro de la misma.

-Transportación vertical, escaleras:

- Existen escaleras tanto en la casa hacienda como en las cabañas. Ambas construcciones cuentan con dos plantas. Las escaleras conectan la planta baja con la

planta alta. No existen ascensores en el diseño de la construcción. Para los huéspedes que no puedan acceder fácilmente a la planta alta se les asignará habitaciones en la plata baja ya sea de la casa hacienda o de las cabañas.

### **4.3.2 Definición del guest room mix, forma arquitectónica de las habitaciones, detalle del guest room mix (No de suites, No dobles, etc)**

- Collanes Hostería Spa cuenta con un total de 16 habitaciones distribuidas de la siguiente manea:  
  
\*10 dobles ubicadas en las cabañas y 6 matrimoniales ubicadas en la casa hacienda.

### **4.3.3 Guest room Desing**

Casa Hacienda:

6 habitaciones matrimoniales, camas King (K): 2\*2 metros.

Cabañas:

10 habitaciones dobles, camas dobles (DD): 1,35\*2 metros.

- Cada habitación cuenta con:
  1. Zona de ingreso
  2. Zona de dormir
  3. Baño
  4. Zona de trabajo
  5. Zona de relax

#### 4.4. Public Space Desing

Las áreas públicas del hotel incluyen:

- 1 lobby, ubicado a la entrada de la casa hacienda, punto de encuentro y bienvenida para los huéspedes.
- 1 restaurante “Rey de la Montaña” con capacidad para 50 pax, ubicado al lado de la casa hacienda ofrece un menú gourmet de comida ecuatoriana.
- 1 bar
- 1 spa (piscina, hidromasaje, sauna, salas de masajes, sala de limpias).
- Áreas verdes (jardines, establo).
- Parqueaderos (15 espacios).
- Salas de estar (3 casa hacienda, 2 planta baja, 1 planta alta).

#### 4.5 Back of the House

Generalidades, como optimizaran la productividad del empleado, vigilancia, mantenimiento, movilidad del empleado, iluminación, ruido.

El Back of the House se divide en dos áreas de servicios, el área de servicio central y el área de servicio para los empleados. El área de servicio central cuenta con el área de blancos, la lavandería, el área para manejo de desechos, el área administrativa y la bodega. El área de servicio para los empleados cuenta con un área de lockers y otra área de vestidores.

La productividad del empleado se optimiza con la ubicación estratégica de las áreas de servicios. El área de servicios central se ubica en un área de fácil acceso tanto para el personal del restaurante como para el personal de las habitaciones.

La bodega cuenta con tres accesos uno desde el lado restaurante, otro desde el lado de los jardines que dan a la casa hacienda y otro acceso interno que la conecta con el área de blancos. Su ubicación le permite al empleado tener fácil acceso a la materia prima del restaurante.

El área de blancos y lavandería por su parte cuenta con dos accesos uno interno que lo conecta con la bodega y otro externo que se ubica en dirección a las cabañas y la casa hacienda. La ubicación del área de blancos y la lavandería permite al personal de limpieza tener acceso fácil e inmediato a los insumos y materiales necesarios para realizar su trabajo. La corta distancia ahorra tiempo y energía de los mismos.

La ubicación de la lavandería dentro del área de servicio central ubicada en un área central entre la casa hacienda, las cabañas y el restaurante, aísla el ruido de las máquinas de lavar y secar de los huéspedes.

#### **4.5.1 Descripción de la cocina**

La cocina se encuentra ubicada dentro de las instalaciones del restaurante, cuenta con dos entradas de puertas de vaivén, dos cocinas industriales ubicadas en el medio del área total, un área para refrigeradoras, otra para las vajillas, lavado de platos y almacenamiento de productos.

#### **4.5.2 Área de bodegas**

Las bodegas se ubican en un área designada para apoyar a todos los servicios de la hostería. Esta área se ubica entre la casa hacienda y el restaurante.

### **4.5.3 Oficinas**

La oficina central de administración se encuentra ubicada dentro del área de servicios, localizada en el área entre la casa hacienda y el restaurante.

### **4.5.4 Recibidor y basura**

Se encuentra ubicada dentro del área central de servicios, cuenta con una entrada y salidas únicas que no se conectan con el resto de las áreas. Los procesos de manipulación y desecho de la basura se realizan tomando en cuenta prácticas de reciclaje y conservación del medio ambiente.

### **4.5.5 Área de empleados**

Se encuentra ubicada en la entrada de la Hostería, cuenta con un área de vestidores y otra de lockers donde todo el personal puede dejar sus pertenencias y cambiarse antes de comenzar su turno así como al terminarlo.

### **4.5.6 Lavandería y Housekeeping**

Las instalaciones de la lavandería, secado de ropa y área de blancos se encuentran ubicadas estratégicamente en una porción del área que se encuentra entre la casa hacienda y el restaurante.

#### **4.5.7 Mantenimiento**

Existe un espacio de bodega dividido en dos cuartos. El primero está pensando para almacenar herramientas y el segundo para almacenamiento de productos para el restaurante.

### **5. Programa de Alimentos y Bebidas**

Collanes Hostería Spa cuenta con un restaurante como único punto de venta de alimentos y bebidas en el establecimiento. El restaurante está adjunto a la casa principal del hotel para tener un acceso a todos los huéspedes; al igual, el restaurante cuenta con canales de acceso para todas las cabañas del terreno. El Restaurante Rey de la Montaña de Collanes Hostería Spa es un concepto de gastronomía típica de la serranía ecuatoriana. El establecimiento tiene una capacidad para cincuenta personas para poder atender la demanda interna del hotel y la demanda externa esperada. Todos los platos fueron seleccionados mediante una dieta típica de la serranía ecuatoriana. Son platos tradicionales del pueblo ecuatoriano que forman parte de la dieta diaria del indigenista. Hemos elegido estos platos para poder brindar una experiencia completa a nuestros huéspedes de la vida en el páramo ecuatoriano.

Toda la materia prima vendrá del pueblo de Riobamba por medio de proveedores que den precios más bajos al tener una compra de volumen alta por parte del restaurante. Los ingredientes de todos los platos son puramente ecuatorianos; es por esto que existe una facilidad de acceso para conseguir todos los ingredientes. Al estar en Riobamba los costos de la materia prima son más baratos y es por esto que nuestros platos son más económicos que en restaurantes de comida típica ecuatoriana.

## 5.1 Menú del Restaurante Rey de la Montaña:

### Entradas:

- Empanadas de morocho
- Choclo con queso
- Habas con queso
- Mote con chicharrón
- Tamales de mote

### Sopas:

- Yaguarlocro
- Locro de papa
- Caldo de pollo
- Caldo de patas

### Platos Fuertes:

- Hornado
- Cuy asado con papas
- Papas con cuero
- Seco de pollo
- Seco de chivo
- Trucha a la parrilla
  
- Postres:

- Quimbolito
- Higos con queso
- Buñuelos
- Flan de coco

Bebidas:

- Jugos
- Gaseosas
- Agua natural
- Agua mineral

Licores:

- Cerveza Pilsener
- Canelazo
- Vino
- Vino hervido
- Sangría

## **5.2 Costos y precios de venta**

\*Sección 8: Costos y precios de venta A y B

## **6. Recursos Humanos**

### **6.1 Cultura Organizacional:**

Cultura organizacional: dentro de Collanes hemos decidido que la cultura organizacional sea la cultura de la PERSONA, en la cual es primordial para destacar las aptitudes de los individuos dentro de la hostería, es decir en este caso se da un empoderamiento a los empleados para que ellos puedan cumplir con sus funciones. A continuación se explicara en que consiste la cultura de la PERSONA (Perio).

#### **La cultura de la PERSONA:**

- El individuo es el eje principal: cada individuo dentro de la hostería tiene una tarea específica que cumplir, por lo tanto el propio individuo es su propio eje en su área de trabajo.
- Diseñada para servir a sus miembros: esta cultura está diseñada para hacer sentir bien al individuo que trabaja dentro de la hostería porque un empleado que se siente feliz con su trabajo se va a ver reflejado en la manera en que trata al cliente.
- Aplicable a organizaciones de profesionales: todos los individuos que trabajan en Collanes son profesionales, por lo tanto todos tienen disponibilidad para acceder a capacitaciones de trabajo para poder mejorar el servicio al cliente.
- Existe gran autonomía decisoria individual: como es una cultura que da empoderamiento al empleado, el mismo tiene autonomía para tomar decisiones dentro de su área de trabajo siempre y cuando cumpla con los estándares de la marca y cumpla con el reglamento de la hostería.

- Sus integrantes se destacan por sí mismos: los empleados de la hostería se destacan en sus áreas de trabajo por sí mismos, tienen jefe inmediato pero cada empleado se destaca porque cumple un buen trabajo.

Funciones de la cultura organizacional en Collanes:

- Motivar las prácticas de la gerencia interna sobre el desarrollo de las políticas de Collanes.
- Ser competitivos en el mercado de las hosterías.
- Ofrecer a los clientes productos y servicios con valor agregado para después poder garantizar utilidades para Collanes.
- Tener como propósito el controlar y moldear a los empleados de Collanes.
- Establecer criterios y reglas de acción para un mejor desempeño de los empleados dentro de la hostería.
- Enfrentar problemas de adaptación externa e integración interna de los empleados en la hostería.
- Moldear a los miembros y establecer los parámetros de conducta en la hostería o al entrar en relación con esta.
- Transmitir un sentido de identidad a los miembros de la hostería.

## **6.2 Reclutamiento y Selección:**

El proceso de reclutamiento y selección es un tema muy importante dentro de la hostería, ya que, este es el personal que se va a trabajar en la hostería. El proceso de reclutamiento y selección tiene varias etapas como:

- Definir el perfil del postulante: definir las características que debe tener la persona que está postulando al puesto de trabajo, por ejemplo se debe definir los:
  - Conocimientos, experiencia, habilidades, destrezas, valores (honestidad, perseverancia, etc.) y actitudes (capacidad para trabajar en equipo, tolerancia a la presión, etc.). se debe tomar en cuenta si el perfil del postulante encajara con la cultura organizacional de la empresa.
  
- Buscar, reclutar, convocar: a los participantes que hayan postulado para el puesto con los perfiles que pusimos en el paso 1. Estas son algunas de las fuentes que vamos a usar para reclutar personas para q trabajen dentro de la hostería.
  - Anuncios: la manera más usual de buscar, reclutar y convocar es poniendo anuncios en internet, carteleras, periódicos, entre otros. La ventaja de este proceso es que se puede llegar a mucha gente.
  - Recomendaciones: otra manera de conseguir trabajadores es a través de recomendaciones que podemos obtener a través de contactos, amigos, conocidos, trabajadores de nuestra empresa. La ventaja es que es la forma más rápida y menos costosa de conseguir postulantes al trabajo.
  - Agencias de empleo: empresas que se dedican a reclutar gente con características que cumplan con los requerimientos de las diferentes empresas.
  - Consultoras en recursos humanos: empresas dedicadas a buscar personal que cumpla con el perfil del postulante, pero la desventaja es que el costo es demasiado alto.
  - Base de datos: consiste en tomar como postulante a personal que ya se han evaluado con anterioridad y su información está en la base de datos de la empresa.

- **Evaluar:** la evaluación consiste en evaluar a los postulantes que hemos reclutado, convocado con el fin de elegir a la persona para el puesto de trabajo, se harán dos tipos de entrevistas:
  - Entrevista preliminar: se hará una entrevista informal para ver si las personas cumplen con el perfil del postulante.
  - Entrevista final: consiste en tomarle una entrevista más formal y estricta que la primera, en donde le hagamos preguntas abiertas y casos dinámicos de la vida real con el fin de conocer su aptitud personal y profesional.
  
- **Seleccionar y contratar:** después de realizar el proceso de evaluación en el cual se evaluaron a los postulantes al puesto, se pasara a seleccionar al personal que va a trabajar en la hostería. Después se pasara al proceso de contratar al personal y conjuntamente firmaremos el contrato en donde se mencionara: el cargo a desempeñar, las funciones que realizará, la remuneración que recibirá, el tiempo que trabajará con nosotros, y otros aspectos que podrían ser necesario acordar.
  
- **Inducción y capacitación:** es el último paso de esta etapa en el cual se debe capacitar a las personas que van a trabajar en la hostería, esto se debe realizar de la manera más rápida y efectiva para que se adapten a la cultura organizacional de Collanes.
  - Reclutar a todas las personas en la hostería.
  - Dar un paseo por las instalaciones y la edificación.

- Enseñarle donde pueden encontrar las herramientas necesarias para realizar el trabajo.
- Presentar a los compañeros de trabajo.
- Hacer una presentación que informa los procesos, políticas y reglas de la empresa.

(Crece Negocios).

## **7. Plan de Marketing:**

### **Misión y Visión:**

Misión: Estar capacitados para detectar, analizar y resolver todo problema que se presenta con eficiencia y eficacia para dar a nuestros visitantes el mejor relax con el fin de cultivar una buena relación con nuestros huéspedes.

Visión: Trabajar de una manera comprometida, dando siempre un buen servicio al cliente, cumpliendo con todos los estándares de la marca, con la finalidad de mejorar continuamente y ser una empresa hotelera que se destaque por brindar el mejor servicio en todas las actividades que se realicen.

### **Objetivos Plan de Marketing:**

Objetivos:

Objetivo principal:

Posicionar a Collanes en el mercado de las hosterías-spa, como una hostería pensada en el contacto con la naturaleza y con la medicina ancestral indígena. Con la divisa de

confortable, relajante y placentero. Collanes quiere llegar a ser una de las hosterías top of mind en turistas extranjeros interesados en conocer los paisajes ecuatorianos y conocer más sobre nuestra etnomedicina (medicina ancestral indígena).

Objetivos secundarios:

- Transmitir en los medios de comunicación adecuados para asegurar el posicionamiento de la hostería en el mercado. De la misma manera, realizar convenios con agencias operativas turísticas para que estas sean un soporte más en cuanto a promoción se refiere.
- Aplicar el Marketing Mix en la práctica de desarrollo de servicio, para de esta manera alcanzar el posicionamiento ideal en nuestro segmento.
- Idear una imagen de la marca con un diseño de logo llamativo y diferente para que al momento de buscar en las guías turísticas, portales de búsqueda virtuales (Ejemplo: despegar.com, Hostel Bookers, entre otros), sea fácil identificar la hostería.
- Establecer un precio estratégico para la hostería y el huésped, para que de esta manera el huésped sienta que está pagando un precio justo por un buen servicio.
- Enfocar la campaña publicitaria para promocionar un ambiente de relajación y de aprendizaje de la cultura indígena.

### **Posicionamiento:**

Collanes Hostería Spa desea posicionarse como una propuesta líder en el mercado de la hospitalidad enfocada en el turismo de aventura, tratamientos de spa relacionados en la medicina tradicional indígena y la gastronomía de la sierra ecuatoriana.

Frase de posicionamiento:

“Interactúa con los paisajes andinos, de la mano de Collanes”

## **Segmentación:**

Segmento de mercado:

Descripción del mercado meta:

Collanes está especialmente enfocado en un turismo extranjero con un nivel socio-económico alto, con un estilo de vida activa, con una edad que comprenda entre los 22 y 55 años, que en ocupación se dediquen a trabajar o a estudiar, que tengan una educación superior y que busquen conocer nuevas experiencias; como interactuar con la naturaleza, conocer y saber más de la cultura tradicional indígena y buscan un espacio para la relajación de cuerpo y mente al acceder a los tratamiento de spa que la hostería ofrece.

Mercados secundarios:

Otro segmento que consideramos importante atacar sería el turismo nacional, es decir atacar a un segmento de mercado de nivel socio económico alto y de ingresos económicos de igual manera altos, que habiten en: Quito, Guayaquil y Cuenca. Familias de personalidad aventurera que busquen interactuar con la naturaleza y que estén enfocados en hacer actividades familiares.

Análisis económico:

Este proyecto se ha considerado importante y lucrativo después de analizar el incremento turístico que Ecuador ha tenido en los últimos diez años, ya que, el turismo es una actividad fundamental para la reactivación económica, generación de empleo, construcción de infraestructura y la inversión local y extranjera.

Es importante mencionar que la industria turística en Ecuador ha crecido notablemente y emplea directamente alrededor de 75.000 personas cada Año y es una fuente de ingreso que genera aproximadamente 700 millones de dólares. (ICEX).

- Gasto promedio del turista que visita Ecuador:

Los motivos de las visitas fueron la recreación o el esparcimiento, aunque también el encuentro con amigos y familiares o los negocios o motivos profesionales.

Durante el mes de marzo 2013 se registra un total de 113.361 arribos, que comparado con los arribos del mes de marzo de 2012, presenta un incremento del 16.90%, que en términos absolutos significa un aumento de 16.386. Situación que se explica principalmente, por la variación positiva de los arribos del mercado clave colombiano, al pasar de 24.916 en marzo de 2012 a 31.800 en marzo 2013, es decir, existe un incremento del 27,63%.

Los arribos desde los mercados clave representan un 64% del total de arribos registrados en el mes de marzo de 2013 (Ministerio de Turismo).

					Acumulado	Acumulado		
					ENE-MAR	ENE-MAR		
País	Mar 2012	Mar 2013	Variación		2012	2013	Variación	
Mercados Clave	Colombia	24,916	31,800	6,884	86,686	99,146	12,460	14%
	EE.UU	20,579	21,984	1,405	58,686	59,950	1,264	2%
	Peru	9,722	11,264	1,542	36,594	40,327	3,733	10%
	España	4,475	4,754	279	14,916	14,809	107	-1%
	Alemania	2,631	2,703	72	8,175	7,292	883	-11%
TOTAL		72,505	64%					
ARRIBOS MARZO		113,361						

- Ingreso de turistas a la provincia de Chimborazo:

Según el Ministerio de Turismo, la provincia de Chimborazo es anualmente visitada por 15.000 turistas, (cifra aproximada), entre los extranjeros principales están los estadounidenses, seguidos de los europeos.

- Ingreso de turistas entre el año 2012:

Una de las razones, que han contribuido al alza del turismo, en los últimos años, han sido los distintos programas de capacitación y los programas de apoyo que el Ministerio de Turismo está ofreciendo. Esta es la cifra de turistas que ha ingresado a Ecuador en el 2012. (Ministerio de Turismo)

- 2012 → 227. 871 pasajeros

Análisis demográfico:

- Perfil del turista que ingresa a Ecuador:

En concreto, el perfil más común del turista que llega en Ecuador es el de personas con estudios de postgrado o universitarios, que viajan solos, visitaron Ecuador más de una vez, gestionaron los billetes ellos mismo a través de Internet o de amigos y familiares.

- Edad del turista que visita Ecuador:

Las estadísticas por edad indican que la mayoría de turistas que visitan el país está entre los 20 y 49 años, lo cual representa que son personas en la etapa productiva y con poder adquisitivo.

- ❖ Es también importante observar la tendencia creciente de la entrada de personas mayores de 50 años, jubilados que encuentran en Ecuador un lugar para descansar y disfrutar de la naturaleza.

- Nacionalidades que Ingresan a Ecuador:

A continuación se ha enumerado en orden del mayor a menor las nacionalidades que más han frecuentado Ecuador en este año (Dirección Nacional de Migración):

1. Colombia (61.768 pasajeros)
2. Estados Unidos (37.991 pasajeros)
3. Perú (26.866 pasajeros)
4. España (10.441 pasajeros)
5. Entre otros pasajeros están: mexicanos, argentinos, cubanos, chilenos.ç

## **Producto:**

Concepto del producto:

Concepto del producto se enfoca en un servicio, es una hostería-spa la cual ofrece diferentes servicios como: alojamiento, restaurante, spa para relajarse, distinto tipo de excursiones. A continuación se enunciará el conjunto de atributos tangibles, intangibles y costo no monetario:

Tangibles:

- El huésped tendrá una vista panorámica de montañas, laderas, prados.
- El huésped podrá relajarse y darse masajes en el spa.

- El huésped podrá interactuar con los nativos de las comunidades que rodean a la hostería-spa y de esta manera observar su forma de vida.
- El huésped sentirá el olor del eucalipto, ya que, las cabañas están rodeadas de árboles de eucalipto.
- El huésped puede montar caballo, realizar cabalgatas para irse al volcán Altar.
- El huésped podrá degustar de la comida típica ecuatoriana.
- El huésped podrá realizar pesca cerca del río que rodea a la hostería, después de realizar la pesca podrá asar sus propias truchas en las parrillas de la hostería que están a disposición exclusivamente de los huéspedes.
- El huésped podrá caminar por las laderas.
- Si el huésped gustaría podría ordeñar las vacas.
- En el spa se ofrecerán tratamientos que tengan influencia de la cultura ancestral indígena, por lo tanto el huésped conocerá a cerca de dichos tratamientos y conocerá un poco más de la cultura indígena propia del país.

#### Intangibles:

- El huésped sentirá la satisfacción de estar alejado del smock y estrés de la ciudad.
- La seguridad de que el huésped está respirando aire puro.
- El huésped se sentirá relajado después de recibir los tratamientos del spa.
- Tener la seguridad de que al momento de ingerir alimentos son alimentos orgánicos de la región, es decir sin químicos.
- El huésped se sentirá más saludable al momento de alimentarse sanamente y estar en constantes caminatas.

- El huésped después de los baños de cajón podrá respirar mejor, porque los baños de cajón purifican las vías respiratorias, al usar piedras volcánicas.
- La seguridad de que el huésped está hospedándose en una hostería-spa con buena infraestructura.

Costo no monetario:

- Que el huésped no desee ir hasta la hostería-spa porque está muy lejos.
- Que al huésped no le guste la naturaleza que rodea al paisaje.
- Que el huésped sufra de alergia al frío.
- Que el huésped sufra de alguna enfermedad respiratoria o cardíaca y que la altura del lugar lo afecte.
- Que el huésped tenga un accidente automovilístico al momento de dirigirse a la hostería-spa.
- Que al huésped no le guste degustar nuevos sabores, como la comida tradicional ecuatoriana.
- Al ser comida ecuatoriana, es un poco grasosa, por lo tanto el huésped puede sufrir alguna infección intestinal.
- Que el huésped al momento de realizar las cabalgatas, no sepa montar caballo y sufra alguna lesión grave.
- Por ser un lugar alejado es probable quedarse sin alimentos y en ese momento es muy difícil conseguirlos.
- Pero por parte de la comunidad indígena, al ser un lugar en las faldas del volcán Altar se debe pasar por distintas comunidades indígenas.

- Derrumbe en el camino, no es un camino asfaltado, por lo tanto existen muchos derrumbes de piedras.
- Que el huésped al momento de pescar caiga en el río y al ser un río caudaloso puede sufrir lesiones graves e incluso ahogarse.
- El volcán Altar está ubicado en la Sierra ecuatoriana, por dicha razón existen diversas formas climáticas, podría suceder que precisamente en la fecha en la que el huésped está hospedado, el volcán este nublado y no sea posible realizar la caminata.

#### Descripción del producto:

Por ser un proyecto que se enfoca en el desarrollo de un servicio en este caso; la hostería-spa. Es una hostería con un diseño arquitectónico tipo rústico o de hacienda, con una decoración interna ecuestre que se vea reflejada la naturaleza al estar decorado con pilares de madera y en algunas áreas con techos de madera, en algunas paredes y en la chimenea principal este forrado de piedras del río. También hemos considerado que en la decoración el estilo antiguo sería diferente para lo cual hemos obtenido candelabros antiguos, sillas, y juegos de sala de mimbre de haciendas que las han vendido.

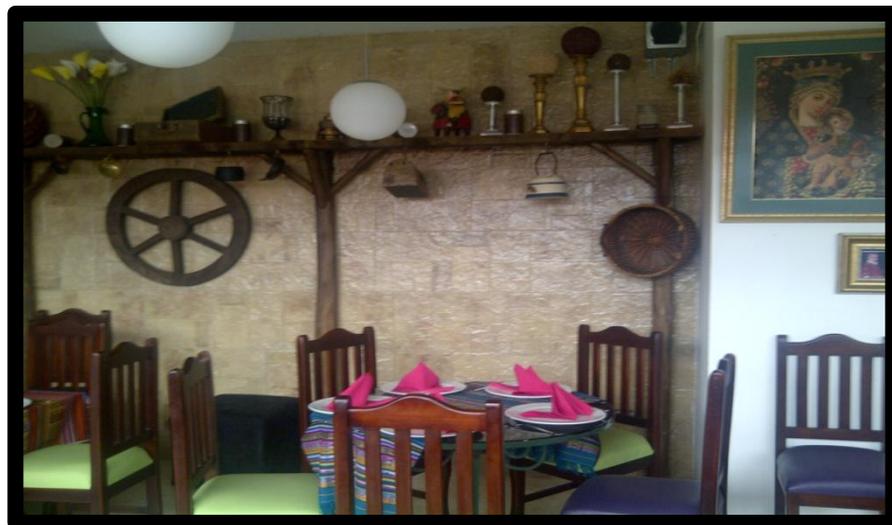
Para las habitaciones las camas de cobre, con veladores de madera de pino, con un armario y una silla mecedora de mimbre, con candelabros colgados del techo, en el baño una tina antigua va a dar un toque de elegancia, la baldosa en el baño será de color terracota, que convine con el lavamanos de color crema.

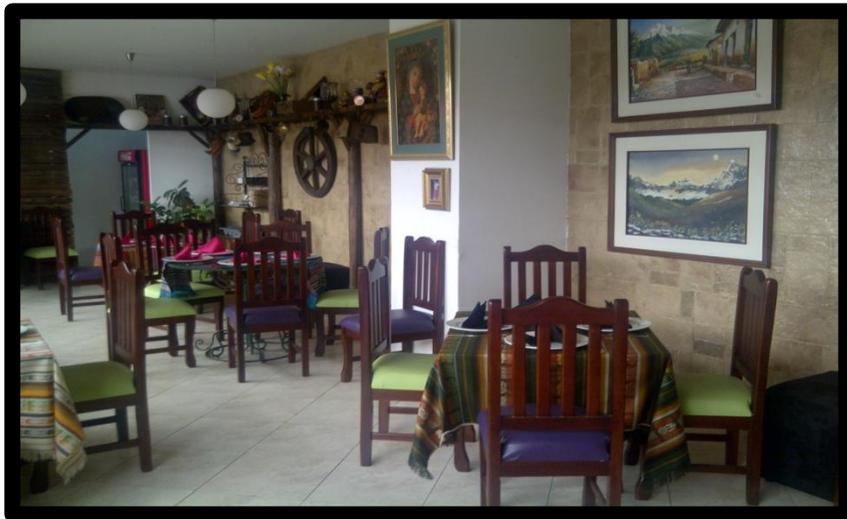
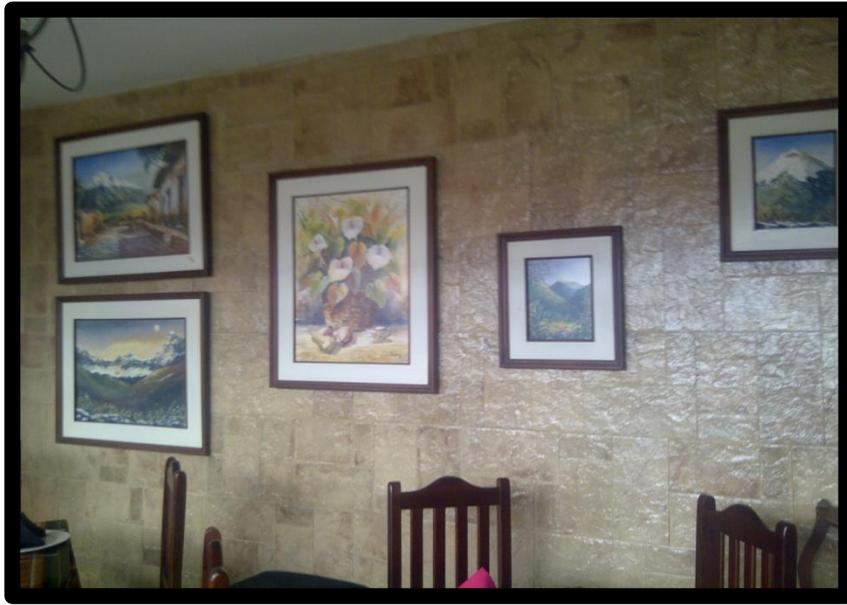
En el restaurante las mesas serán de madera, con manteles bordados en tipo “otavaleño”, con centros de mesa una plancha de vapor antigua con flores disecadas y con candelabros antiguos colgados del techo, el bar será de madera, las sillas del bar serán troncos

de árboles de pino, por lo tanto esto también dará un toque más campestre, en el lado derecho del restaurante estará una pared con “caretas” de los distintos personajes andinos que participan en los distintos desfiles realizados en la ciudad de Riobamba, de esta manera los huéspedes también podrán conocer más a distintos personajes de la cultura andina, en otra pared estará colgadas fotografías de Hugo Cifuentes y Pablo Cuvi (fotógrafos ecuatorianos, que han fotografiado las distintas clases sociales ecuatorianas), por lo que los huéspedes podrán observar a través de fotografías las distintas realidades sociales de Ecuador.

- ❖ Descripción del menú: qué tipo de gastronomía se ofrecerá en el restaurante; será comida típica ecuatoriana, especialmente, comida de la zona andina de Ecuador, es decir de la Sierra, entre los platos a ofrecer serán: hornado, cuy asado, papas con cuero, caldo de patas, empanadas de morocho, entre otros.

Fotos del restaurante: (estas fotos pertenecen a un restaurante ubicado en la ciudad de Riobamba, el cual tiene el estilo propio de la hostería).





Las cabañas aledañas a la casa de hacienda en su interior tendrán pilares de madera, sillas de mimbre, candelabros antiguos, planchas de vapor como decoración, baúles pintados y tallados, camas de cobre, en el baño las paredes tendrán piedra para así también tener más

contacto con la naturaleza, en dichas cabañas no estarán las tinas antiguas en los baños, en vez se realizara una ducha con baldosa de color terracota, las cabañas tendrán en su interior una pequeña chimenea cubierta en sus paredes de piedras del río. La estructura exterior de las cabañas será una estructura de ladrillo, cemento y pintadas de color ladrillo, pero en el techo, en vez, de tener tejas tendrá paja, para simular una choza real del páramo andino.

El spa en su interior también tendrá pilares de madera, paredes forradas de piedra del río, el techo de dicho spa será de madera para dar un ambiente más cálido a los tratamientos, el piso algunas zonas con baldosa de color terracota, y otras zonas con madera de este modo el lugar se mantiene a una temperatura adecuada, para alumbrar los pasillos las lámparas serán en forma de candelabros algunas con luz eléctrica, otras con velas, en la entrada principal del spa estará ubicada la piscina de 10 x15 metros que tendrá azulejos azules (es una piscina temperada, y está bajo cubierta, por lo tanto todos los huéspedes pueden hacer uso de la misma), en los cuartos del spa tendrán camillas especializadas para dar los masajes, las masajistas usaran trajes blancos, la habitación estará llena de velas, en un estante estarán todas las cremas, productos que se utilizaran en los masajes y tratamientos. Los productos que se usaran en el spa serán de la marca francesa L'occitane que es una marca reconocida a nivel mundial.

## **Marca**

Nombre de la marca:

Collanes es el nombre que las culturas antiguas le dieron al volcán Altar. Este nombre proviene del Cayapa “Culla” que significa trueno, relámpago o fuego, es decir “fuego del relámpago”. En el idioma Aymará la voz “Collana” quiere decir excelente o magnífico (Cruz).

Por esta razón escogimos el nombre Collanes para nuestro proyecto ya que refleja el concepto del mismo.

Explicación del logo:

El logo de Collanes ha sido diseñado primero con un volcán simulando ser la forma del volcán Altar (ha sido un volcán hecho dibujado, porque consideramos que de esta manera, es más amigable al momento de llegar al consumidor). Como se puede apreciar en las faldas del volcán están con colores rojos, verde, amarillo y azul, son los colores de los ponchos típicos de la provincia de Chimborazo, especialmente de la cultura Cacha, una de las primeras culturas indígenas de Ecuador, hemos considerado importante poner estos colores porque son colores que simbolizan y representan a la provincia.

Formas de pago:

Las formas de pago en la hostería Collanes son varias; entre las cuales tenemos:

- Tarjeta de crédito: se hará convenio y se trabajara con las distintas empresas que manejan las tarjetas de crédito como: Mastercard, Visa, Pacificard. Ya que, el “dinero plástico” está disponible para la mayoría de extranjeros, por lo tanto es más fácil el intercambio comercial con las tarjetas de crédito. Dicho pago se podrá diferir de tres hasta seis meses.
- Efectivo: otra manera de pagar será en efectivo, es decir cash.
- Cheques de viajero: Los Cheques de viajero, son cheques expedidos por las Instituciones bancarias, para ser utilizados en el extranjero. Así se evita llevar dinero en efectivo, lo que representa tranquilidad; ya que en caso de robo o extravío de los

cheques, el dinero sigue intacto y a nuestra disposición, a diferencia de lo que sucedería con los billetes.

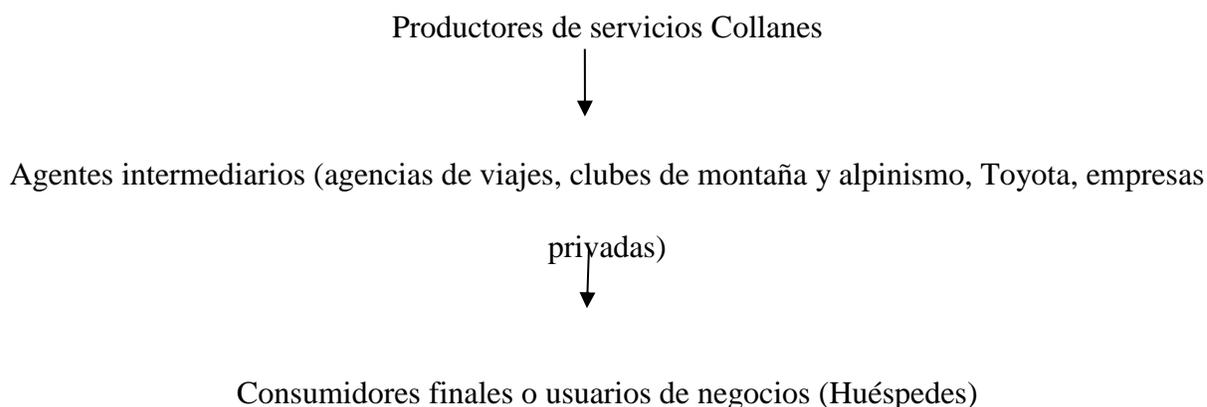
Líneas de producto (matriz amplitud y profundidad): en el cuadro siguiente se expresa la línea de productos con amplitud y profundidad.

### **Plaza:**

En este punto del desarrollo del proyecto se explicará la plaza a través del sistema de distribución.

Sistema de distribución de un servicio: el sistema de distribución al momento de hablar de servicios es un sistema “directo”, ya que, no pasa por muchos canales de distribución.

A continuación se explicara el sistema de distribución:



En este sistema de distribución se puede observar que existen intermediarios para llegar al consumidor final, a continuación se explicara cada uno de estos:

- Agencias de viajes: se hará un convenio con la agencias de viajes más importantes de cada ciudad, en dicho convenio constará la comisión, la cual consiste en retribuir a las

agencias de viajes con una comisión por tramitar con huéspedes y promocionar nuestra hostería.

- Clubes de montaña y alpinismo: Collanes al estar ubicado en el volcán Altar, es un destino importante para las personas que practican alpinismo, y por esta razón están asociados a clubes de montaña y excursiones. Consideramos importante firmar convenios con dichos clubes, ya que, el volcán Altar no es un lugar turístico muy desarrollado, si se realiza estos convenios, se puede incentivar a los alpinistas a visitar más este lugar turístico y por lo tanto a utilizar nuestros servicios.
- Toyota: este tipo de empresas tienen programas para hacer fiel al cliente de la marca. Tiene programas que consisten en organizar excursiones de 4x4, pero siempre y cuando sea con un jeep Toyota. Por lo tanto Collanes está interesado en que estos paseos se realicen con la hostería y de esta manera darnos a conocer mejor en otro segmento de mercado, ya que, este tipo de excursiones tiene acogida en jóvenes aventureros (aproximadamente de 30 a 35 años), pero que tiene un nivel socio-económico alto.
- Empresas privadas: se realizara convenios con empresas privadas, el cual va a consistir en incentivar al personal de dicha empresa con estadías que la empresa paga al personal, es decir vacaciones a la hostería con todo incluido.
- Internet: principalmente en GOOGLE, pagar para que Collanes aparezca como primera referencia, en la búsqueda, al momento que el huésped solicite hosterías en Ecuador. También trabajar y hacer convenios con portales web como; Booking.com, Despegar.com (agencia de viajes en línea), Hostelbookers.com, es decir pagar la comisión respectiva para aparecer dentro de la lista de hosterías de estos portales web que tienen

referencias a nivel mundial, por lo tanto, llegan a distintos mercados, en este caso los mercados extranjeros.

### **Promoción:**

Para la promoción en este plan de marketing es fundamental crear una campaña, la cual tiene como:

Objetivo: el objetivo que se quiere lograr con esta campaña es que queremos concientizar a los turistas de la existencia de la hostería, es decir concientizar que existe una nueva hostería, la cual está ubicada en las faldas del volcán Altar. También queremos concientizar sobre que existe un buen servicio al cliente, el personal de trabajo está capacitado, se cumple con los estándares de la marca, la infraestructura del lugar está hecha con materiales de alta calidad y construida por arquitectos expertos en el tema. Una de las maneras para cumplir nuestro objetivo y concientizar al consumidor es presentar en la página web de la hostería la infraestructura, a través de un paseo virtual por todas las instalaciones de la hostería, también mostrar versiones u opiniones personales del personal que trabaja en la hostería y de los huéspedes que se han hospedado aquí con anterioridad, de esta manera los visitantes al ver los testimonios se sentirán más seguros.

Audiencia meta: la audiencia meta a la cual está enfocado este proyecto es en un turismo extranjero.

- Con un nivel socio-económico alto.
- Con un estilo de vida activa.
- Con una edad que comprenda entre los 22 y 55 años.

- Que en ocupación se dediquen a trabajar o a estudiar, que tengan una educación superior
- Que buscan conocer nuevas experiencias; como interactuar con la naturaleza, conocer y saber más de la cultura tradicional indígena y buscan un espacio para la relajación de cuerpo y mente al acceder a los tratamientos de spa que la hostería ofrece

Unique selling proposition: los atributos y características que tiene dicha Hostería son algunas:

- Está ubicada a las faldas del volcán Altar (ninguna otra hostería está ubicada en el mismo lugar).
- La infraestructura arquitectónica está diseñada como: casa de hacienda, y cabañas.
- El Spa de la hostería tiene un concepto que se dirige hacia la medicina ancestral indígena, de esta manera, el huésped puede obtener más conocimiento sobre nuestra cultura al momento de recibir los tratamientos en el spa.
- En el restaurante la comida a ofrecer es comida típica ecuatoriana, especialmente comida de la región andina, por lo tanto, el huésped podrá degustar de nuestra gastronomía típica.
- Existe contacto directo con la naturaleza, porque la hostería está rodeada de paisajes, áreas verdes, además el huésped tiene la opción de estar en contacto con los animales montar caballo, de ordeñar las vacas.

#### Plan de medios

En el plan de medios se va a utilizar los medios tradicionales, es decir, ATL: Above the Line, específicamente el internet y revistas.

Consideramos que el internet es un medio de comunicación importante, porque, dicha hostería está dirigida para extranjeros, por lo tanto, al estar en un mundo globalizado, que la mayoría de personas tienen acceso a internet se consideró que tener un portal web es de suma importancia. Por dicho motivo se creará una:

- ❖ **Página web:** será diseñada con los colores de la hostería, con el logo, que muestre las instalaciones a través de fotografías, a través de paseos virtuales, los cuales mostrarán las habitaciones, restaurante, las instalaciones del spa.
- ❖ **Facebook:** se ha considerado a esta red social muy importante porque está disponible para muchos usuarios del internet. A través de facebook se tratará de agregar la mayor cantidad de amigos, dichos amigos serán los mismos huéspedes, los amigos de dichos huéspedes podrán ver sus vacaciones y se creará una red más grande, en dicho red social las fotos serán de los huéspedes realizando las diferentes actividades que se pueden realizar, también se mostrará las distintas actividades como las cabalgatas, las excursiones, la pesca, entre otras.
- ❖ **Google ad words:** sea cual sea el presupuesto, se puede publicar nuestros anuncios en Google y en la red publicitaria. Sólo se pagará si los usuarios hacen clic en los anuncios. Consideramos que esto es importante mencionar que no se necesita una página web para empezar porque Google ayudará a crear una gratis. Esto nos dará un impulso importante para incursionar en la red y para darnos a conocer con los usuarios, a través del buscador más utilizado en el mundo.
- ❖ **Revistas:** consideramos que las revistas son importantes para llegar a nuestro mercado secundario, que en este caso son las familias ecuatorianas, que buscan conocer y disfrutar de los paisajes ecuatorianos y que les gusta hacer actividades familiares

juntos, en este caso serían revistas como: Clubes, ya que, dicha revista cubre diferentes campeonatos de; equitación, tenis, golf, natación, entre otras, entonces sería importante promocionar nuestra hostería en dicha revista para llegar a este tipo de segmento de mercado. Por lo tanto, una buena manera de dar a conocer la hostería es otorgando premios a los ganadores de los campeonatos que cubre la revista Clubes, los cuales serían hospedajes, tratamientos en el spa, cena en el restaurante.

### Relaciones públicas

Las relaciones públicas dentro de Collanes consisten en tener una relación más cercana y personalizada con el cliente y con el personal.

Dentro de las relaciones públicas se realizaran eventos, como por ejemplo:

- Evento de inauguración: al cual están invitados las principales agencias de viajes de la zona centro de Ecuador, también estarán invitados los intermediarios como: Clubes de montaña, Toyota, entre los anteriormente mencionados. En este evento se pretende que los invitados conozcan las instalaciones del hotel. se realizará un sorteo, en el cual se refiera una noche de hospedaje y un tratamiento en el spa. Este sorteo se realizara entre los intermediarios para que posteriormente nos recomienden con el método de boca a boca, con los clientes.
- Eventos de aventura: realizar competencias de deportes de aventura como; carrera de 4x4, downhill, andinismo, pesca, las cuales incentivarán a que vayan bastantes competidores, los mismos que llevarán a sus familia, dándonos la oportunidad de que más mercados nos conozcan.

- Invitar a periodistas: a que tengan una estadía toda incluida, con la condición de que realicen reportajes y comentarios sobre Collanes.
- Eventos de auspicio: es decir auspiciar los principales eventos de Clubes como; Arrayanes, Condado, Los Chillos, entre otros, con el fin de construir una relación personalizada con nuevos clientes, los cuales asisten a dichos clubes. Estos clubes están ubicados en la ciudad de Quito, la cual consideramos como nuestro mercado secundario.

## **Publicidad**

Para la publicidad de Collanes Hostería Spa se van a utilizar distintos medios para publicitar la hostería-spa, como por ejemplo:

- Revistas: consideramos que las revistas son importantes para llegar a nuestro mercado secundario, que en este caso son las familias ecuatorianas, que buscan conocer y disfrutar de los paisajes ecuatorianos y que les gusta hacer actividades familiares juntos, en este caso serían revistas como:
  - ✚ Clubes: hemos escogido a dicha revista porque llega a un segmento de mercado que está involucrado con los distintos campeonatos deportivos que se realizan.
  - ✚ Diners: porque se pueden realizar convenios con esta tarjeta de crédito, por ejemplo: si pagas con Diners tendrás un descuento especial, esto se puede anunciar en las

publicidades que aparecen en la revista, este es otro método para incentivar a que más personas visiten Collanes

- ✚ Web: como ya se mencionó anteriormente en el plan de medios es importante utilizar algunos portales web como:
  
- ✚ Facebook: se ha considerado a esta red social muy importante porque está disponible para muchos usuarios en internet.
  
- ✚ Pagina web: será diseñada con los colores de la hostería, con el logo, que muestre las instalaciones a través de fotografías, a través de paseos virtuales, los cuales mostraran las habitaciones, restaurante, las instalaciones del spa.
  
- ✚ Google adwords: Sólo se pagará si los usuarios hacen clic en los anuncios. Consideramos que esto es importante mencionar que no se necesita una página web para empezar porque Google ayudará a crear una gratis. Esto nos dará un impulso importante para incursionar en la red y para darnos a conocer con los usuarios cibernéticos.
  
- ✚ Periódicos: Hemos considerado importante aparecer en los principales periódicos que circulan en Ecuador como “El Comercio” y “El Universo”, los cuales llegan a todas las audiencias. La publicidad en dichos periódicos se dará con una semana de anterioridad

de los principales feriados como: semana santa, carnaval, navidad. De esta manera se espera incentivar más a los mercados secundarios.

### **Ventas:**

Es importante que en la hostería exista un departamento de ventas bien constituido, porque este es el encargado dar información sobre el producto, hacer la prospección que es conocida como el estudio de las personas a las cuales queremos llegar para luego presentar nuestros servicios de mejor manera.

Características del vendedor:

- ✓ Determinación y actitud
- ✓ Confianza en sí mismo y en su producto
- ✓ Paciencia y perseverancia
- ✓ Persuasión y empatía
- ✓ Buena comunicación y facilidad de palabra
- ✓ Buena apariencia
- ✓ Competitividad
- ✓ Conocimiento del producto

### **Personas:**

La cultura organizacional de Collanes Hostería-Spa está enfocado en que el personal humano que trabajo en la hostería, ya que es la herramienta principal de trabajo. Esto quiere

decir que al ser el recurso humano el elemento principal se dará a los empleados empoderamiento dentro de sus respectivas áreas de trabajo. Se debe mencionar que se requiere de un personal que está dispuesto a recibir capacitación intensiva cada cierto periodo de tiempo para que el personal cuente con la herramientas, habilidades y capacidades para realizar su respectivo trabajo. Los valores que se requieren dentro del personal de trabajo son:

- Responsabilidad
- Puntualidad
- Amabilidad
- Honestidad
- Solidaridad
- ❖ Dispuesto a trabajar en equipo.

Los requerimientos intelectuales son:

- ❖ Depende del puesto de trabajo:
  - Título de nivel superior/ título de bachiller
  - Un año de experiencia
  - Referencias
  - Certificados de trabajo.

### **Procesos:**

Los procesos se definirán a través de un diagrama de flujo que muestre todos los pasos a seguir. Se definirán procesos para todos los servicios relacionados con la atención al cliente.

Tanto el restaurante como el spa y las habitaciones contarán con procesos definidos que garanticen la calidad del servicio y satisfacción del cliente.

## 8. Presupuesto total del proyecto

Proyección Excel:

COLLANES HOSTERIA SPA											
<b>PROYECCION PYG/FEO</b>											
<b>ALOJAMIENTO</b>											
Numero de Habitaciones			16	16	16	16	16	16	16	16	16
Ocupacion			65%	66%	68%	69%	70%	71%	72%	72%	73%
Indice de Ocupacion			1,00	1,02	1,04	1,06	1,08	1,09	1,10	1,12	1,13
ADR			179,38	179,38	179,38	179,38	179,38	179,38	179,38	179,38	179,38
Dias Abiertos			365	365	365	365	365	365	365	365	365
Inflacion				4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%
<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>											
Numero de Asientos			40	40	40	40	40	40	40	40	40
Cheque Promedio	Almuerzo	\$	15,00	15,60	16,22	16,87	17,55	18,25	18,98	19,74	20,53
	Cena	\$	15,00	15,60	16,22	16,87	17,55	18,25	18,98	19,74	20,53
Rotacion/Ocupacion	Almuerzo		40%	42%	43%	45%	47%	49%	51%	53%	55%
	Cena		50%	52%	54%	56%	58%	61%	63%	66%	68%
<b>Spa</b>											
Turnos			32	32	32	32	32	32	32	32	32
Costo Promedio			90	94	97	101	105	109	114	118	123
Ocupacion			60%	61,20%	62,42%	63,67%	64,95%	66,24%	67,57%	68,92%	70,30%
<b>Outdoor Activities</b>											
Tours			2	2,04	2,08	2,12	2,16	2,21	2,25	2,30	2,34
Costo Promedio			200	208	216,32	225	234	243	253	263	274
Ocupacion			80%	81,60%	83,23%	84,90%	86,59%	88,33%	90,09%	91,89%	93,73%



Tasa	15%		
	Inversión Inicial	(1.930.400)	
	VP	\$ 2.589.668,95	
	<b>VPN</b>	<b>659.269,15</b>	
	<b>TIR</b>	<b>23%</b>	
Payback period		72.990	Cuarto Año

## Rol de Pagos:

		EMPLEADO							EMPRESA						
DEPTO	PUESTO	FACTURA	SALARIO BASE	IESS (9.35%)*	SALARIO NETO	13ERO	14TO	BONO	SUBTOTAL	UNIFORM	TRANSPORTE	IESS (11.15%)	Fondo de Reserva	ALIMENTAC	TOTAL
<b>ADMINISTRATIVOS</b>															
1	Administración	Administrador General 1	850,00	79,48	770,53	71	26,50		947,3			95	71	30,00	1.142,94
2	Administración	Administrador General 2	850,00	79,48	770,53	71	26,50		947,3			95	71	30,00	1.142,94
3	Contabilidad	Contador General	800,00	74,80	725,20	67	26,50		893,2	15	10	89	67	30,00	1.104,03
<b>OPERATIVOS</b>															
4	Servicio hotel	Recepcionista 1	350,00	32,73	317,28	29	26,50		405,7	15	10	39	29	30,00	528,86
5	Servicio hotel	Recepcionista 2	350,00	32,73	317,28	29	26,50		405,7	15	10	39	29	30,00	528,86
6	Servicio hotel	Recepcionista 3	350,00	32,73	317,28	29	26,50		405,7	15	10	39	29	30,00	528,86
7	Servicio hotel	Recepcionista 4	350,00	32,73	317,28	29	26,50		405,7	15	10	39	29	30,00	528,86
8	Back Office	Housekeeper 1	320,00	29,92	290,08	27	26,50		373,2	15	10	36	27	30,00	490,51
9	Back Office	Housekeeper 2	320,00	29,92	290,08	27	26,50		373,2	15	10	36	27	30,00	490,51
10	Cocina	Chef ejecutivo	800,00	74,80	725,20	67	26,50		893,2	15	10	89	67	30,00	1.104,03
11	Cocina	Cocinero 1	320,00	29,92	290,08	27	26,50		373,2	15	10	36	27	30,00	490,51
12	Cocina	Cocinero 2	320,00	29,92	290,08	27	26,50		373,2	15	10	36	27	30,00	490,51
13	Servicio	Mesero 1	320,00	29,92	290,08	27	26,50		373,2	15	10	36	27	30,00	490,51
14	Servicio	Mesero 2	320,00	29,92	290,08	27	26,50		373,2	15	10	36	27	30,00	490,51
15	Servicio	Mesero 3	320,00	29,92	290,08	27	26,50		373,2	15	10	36	27	30,00	490,51
16	Limpieza	Steward 1	320,00	29,92	290,08	27	26,50		373,2	15	10	36	27	30,00	490,51
17	Limpieza	Steward 2	320,00	29,92	290,08	27	26,50		373,2	15	10	36	27	30,00	490,51
18	Bar	Barman 1	320,00	29,92	290,08	27	26,50		373,2	15	10	36	27	30,00	490,51
19	Spa	Host 1	320,00	29,92	290,08	27	26,50		373,2	15	10	36	27	30,00	490,51
20	Spa	Host 2	320,00	29,92	290,08	27	26,50		373,2	15	10	36	27	30,00	490,51
21	Spa	Especialista 1	350,00	32,73	317,28	29	26,50		405,7	15	10	39	29	30,00	528,86
22	Spa	Especialista 2	350,00	32,73	317,28	29	26,50		405,7	15	10	39	29	30,00	528,86
23	Spa	Especialista 3	350,00	32,73	317,28	29	26,50		405,7	15	10	39	29	30,00	528,86
24	Spa	Especialista 4	350,00	32,73	317,28	29	26,50		405,7	15	10	39	29	30,00	528,86
25	Spa	Técnico Mantenimiento	320,00	29,92	290,08	27	26,50		373,2		10	36	27	30,00	475,51
26	Caballos	Parafrenero 1	320,00	29,92	290,08	27	26,50		373,2	15	10	36	27	30,00	490,51
27	Caballos	Parafrenero 2	320,00	29,92	290,08	27	26,50		373,2	15	10	36	27	30,00	490,51
28	Caballos	Veterinario	350,00	32,73	317,28	29	26,50		405,7		10	39	29	30,00	513,86
29	Tours	Guía de montaña 1	350,00	32,73	317,28	29	26,50		405,7	15	10	39	29	30,00	528,86
30	Tours	Guía de montaña 2	350,00	32,73	317,28	29	26,50		405,7	15	10	39	29	30,00	528,86
<b>SUMA</b>			<b>9.450,00</b>	<b>883,58</b>	<b>8.566,43</b>	<b>788</b>	<b>450,50</b>		<b>10.688,0</b>	<b>330</b>	<b>280</b>	<b>1.238</b>	<b>925</b>	<b>900,00</b>	<b>17.639,09</b>

Tabla de Amortizacion:

Mes	Saldo Inicial	Pago	Interes	Capital	Saldo Final
1	1.930.400	\$27.695,63	19.304	\$8.391,63	1.922.008
2	1.922.008	\$27.695,63	19.220	\$8.475,55	1.913.533
3	1.913.533	\$27.695,63	19.135	\$8.560,30	1.904.972
4	1.904.972	\$27.695,63	19.050	\$8.645,91	1.896.326
5	1.896.326	\$27.695,63	18.963	\$8.732,36	1.887.594
6	1.887.594	\$27.695,63	18.876	\$8.819,69	1.878.774
7	1.878.774	\$27.695,63	18.788	\$8.907,89	1.869.866
8	1.869.866	\$27.695,63	18.699	\$8.996,96	1.860.870
9	1.860.870	\$27.695,63	18.609	\$9.086,93	1.851.783
10	1.851.783	\$27.695,63	18.518	\$9.177,80	1.842.605
11	1.842.605	\$27.695,63	18.426	\$9.269,58	1.833.335
12	1.833.335	\$27.695,63	18.333	\$9.362,28	1.823.973
13	1.823.973	\$27.695,63	18.240	\$9.455,90	1.814.517
14	1.814.517	\$27.695,63	18.145	\$9.550,46	1.804.967
15	1.804.967	\$27.695,63	18.050	\$9.645,96	1.795.321
16	1.795.321	\$27.695,63	17.953	\$9.742,42	1.785.578
17	1.785.578	\$27.695,63	17.856	\$9.839,85	1.775.738
18	1.775.738	\$27.695,63	17.757	\$9.938,25	1.765.800
19	1.765.800	\$27.695,63	17.658	\$10.037,63	1.755.762
20	1.755.762	\$27.695,63	17.558	\$10.138,00	1.745.624
21	1.745.624	\$27.695,63	17.456	\$10.239,38	1.735.385
22	1.735.385	\$27.695,63	17.354	\$10.341,78	1.725.043
23	1.725.043	\$27.695,63	17.250	\$10.445,20	1.714.598
24	1.714.598	\$27.695,63	17.146	\$10.549,65	1.704.048
25	1.704.048	\$27.695,63	17.040	\$10.655,14	1.693.393
26	1.693.393	\$27.695,63	16.934	\$10.761,70	1.682.632
27	1.682.632	\$27.695,63	16.826	\$10.869,31	1.671.762
28	1.671.762	\$27.695,63	16.718	\$10.978,01	1.660.784
29	1.660.784	\$27.695,63	16.608	\$11.087,79	1.649.696
30	1.649.696	\$27.695,63	16.497	\$11.198,66	1.638.498
31	1.638.498	\$27.695,63	16.385	\$11.310,65	1.627.187
32	1.627.187	\$27.695,63	16.272	\$11.423,76	1.615.763
33	1.615.763	\$27.695,63	16.158	\$11.537,99	1.604.225
34	1.604.225	\$27.695,63	16.042	\$11.653,37	1.592.572
35	1.592.572	\$27.695,63	15.926	\$11.769,91	1.580.802
36	1.580.802	\$27.695,63	15.808	\$11.887,61	1.568.915
37	1.568.915	\$27.695,63	15.689	\$12.006,48	1.556.908
38	1.556.908	\$27.695,63	15.569	\$12.126,55	1.544.781
39	1.544.781	\$27.695,63	15.448	\$12.247,81	1.532.534
40	1.532.534	\$27.695,63	15.325	\$12.370,29	1.520.163

41	1.520.163	\$27.695,63	15.202	\$12.494,00	1.507.669
42	1.507.669	\$27.695,63	15.077	\$12.618,94	1.495.050
43	1.495.050	\$27.695,63	14.951	\$12.745,12	1.482.305
44	1.482.305	\$27.695,63	14.823	\$12.872,58	1.469.433
45	1.469.433	\$27.695,63	14.694	\$13.001,30	1.456.431
46	1.456.431	\$27.695,63	14.564	\$13.131,31	1.443.300
47	1.443.300	\$27.695,63	14.433	\$13.262,63	1.430.038
48	1.430.038	\$27.695,63	14.300	\$13.395,25	1.416.642
49	1.416.642	\$27.695,63	14.166	\$13.529,21	1.403.113
50	1.403.113	\$27.695,63	14.031	\$13.664,50	1.389.449
51	1.389.449	\$27.695,63	13.894	\$13.801,14	1.375.647
52	1.375.647	\$27.695,63	13.756	\$13.939,15	1.361.708
53	1.361.708	\$27.695,63	13.617	\$14.078,55	1.347.630
54	1.347.630	\$27.695,63	13.476	\$14.219,33	1.333.410
55	1.333.410	\$27.695,63	13.334	\$14.361,53	1.319.049
56	1.319.049	\$27.695,63	13.190	\$14.505,14	1.304.544
57	1.304.544	\$27.695,63	13.045	\$14.650,19	1.289.894
58	1.289.894	\$27.695,63	12.899	\$14.796,69	1.275.097
59	1.275.097	\$27.695,63	12.751	\$14.944,66	1.260.152
60	1.260.152	\$27.695,63	12.602	\$15.094,11	1.245.058
61	1.245.058	\$27.695,63	12.451	\$15.245,05	1.229.813
62	1.229.813	\$27.695,63	12.298	\$15.397,50	1.214.416
63	1.214.416	\$27.695,63	12.144	\$15.551,47	1.198.864
64	1.198.864	\$27.695,63	11.989	\$15.706,99	1.183.157
65	1.183.157	\$27.695,63	11.832	\$15.864,06	1.167.293
66	1.167.293	\$27.695,63	11.673	\$16.022,70	1.151.270
67	1.151.270	\$27.695,63	11.513	\$16.182,93	1.135.087
68	1.135.087	\$27.695,63	11.351	\$16.344,76	1.118.743
69	1.118.743	\$27.695,63	11.187	\$16.508,20	1.102.234
70	1.102.234	\$27.695,63	11.022	\$16.673,28	1.085.561
71	1.085.561	\$27.695,63	10.856	\$16.840,02	1.068.721
72	1.068.721	\$27.695,63	10.687	\$17.008,42	1.051.713
73	1.051.713	\$27.695,63	10.517	\$17.178,50	1.034.534
74	1.034.534	\$27.695,63	10.345	\$17.350,29	1.017.184
75	1.017.184	\$27.695,63	10.172	\$17.523,79	999.660
76	999.660	\$27.695,63	9.997	\$17.699,03	981.961
77	981.961	\$27.695,63	9.820	\$17.876,02	964.085
78	964.085	\$27.695,63	9.641	\$18.054,78	946.030
79	946.030	\$27.695,63	9.460	\$18.235,33	927.795
80	927.795	\$27.695,63	9.278	\$18.417,68	909.377

81	909.377	\$27.695,63	9.094	\$18.601,86	890.775
82	890.775	\$27.695,63	8.908	\$18.787,87	871.988
83	871.988	\$27.695,63	8.720	\$18.975,75	853.012
84	853.012	\$27.695,63	8.530	\$19.165,51	833.846
85	833.846	\$27.695,63	8.338	\$19.357,17	814.489
86	814.489	\$27.695,63	8.145	\$19.550,74	794.938
87	794.938	\$27.695,63	7.949	\$19.746,25	775.192
88	775.192	\$27.695,63	7.752	\$19.943,71	755.248
89	755.248	\$27.695,63	7.552	\$20.143,14	735.105
90	735.105	\$27.695,63	7.351	\$20.344,58	714.761
91	714.761	\$27.695,63	7.148	\$20.548,02	694.213
92	694.213	\$27.695,63	6.942	\$20.753,50	673.459
93	673.459	\$27.695,63	6.735	\$20.961,04	652.498
94	652.498	\$27.695,63	6.525	\$21.170,65	631.328
95	631.328	\$27.695,63	6.313	\$21.382,35	609.945
96	609.945	\$27.695,63	6.099	\$21.596,18	588.349
97	588.349	\$27.695,63	5.883	\$21.812,14	566.537
98	566.537	\$27.695,63	5.665	\$22.030,26	544.507
99	544.507	\$27.695,63	5.445	\$22.250,56	522.256
100	522.256	\$27.695,63	5.223	\$22.473,07	499.783
101	499.783	\$27.695,63	4.998	\$22.697,80	477.085
102	477.085	\$27.695,63	4.771	\$22.924,78	454.160
103	454.160	\$27.695,63	4.542	\$23.154,03	431.006
104	431.006	\$27.695,63	4.310	\$23.385,57	407.621
105	407.621	\$27.695,63	4.076	\$23.619,42	384.001
106	384.001	\$27.695,63	3.840	\$23.855,62	360.146
107	360.146	\$27.695,63	3.601	\$24.094,17	336.052
108	336.052	\$27.695,63	3.361	\$24.335,11	311.716
109	311.716	\$27.695,63	3.117	\$24.578,46	287.138
110	287.138	\$27.695,63	2.871	\$24.824,25	262.314
111	262.314	\$27.695,63	2.623	\$25.072,49	237.241
112	237.241	\$27.695,63	2.372	\$25.323,22	211.918
113	211.918	\$27.695,63	2.119	\$25.576,45	186.342
114	186.342	\$27.695,63	1.863	\$25.832,21	160.509
115	160.509	\$27.695,63	1.605	\$26.090,54	134.419
116	134.419	\$27.695,63	1.344	\$26.351,44	108.067
117	108.067	\$27.695,63	1.081	\$26.614,96	81.452
118	81.452	\$27.695,63	815	\$26.881,10	54.571
119	54.571	\$27.695,63	546	\$27.149,92	27.421
120	27.421	\$27.695,63	274	\$27.421,41	0

### Costo Total del Proyecto:

Cuartos	
Herramientas	Costo
Camas	\$130.000,00
Colchones	\$20.800,00
Veladores	\$78.000,00
Armarios	\$52.000,00
Silla mecedora	\$10.400,00
Candelabros	\$7.800,00
<b>Costo total</b>	<b>\$299,000</b>
Baños	
Herramientas	Costo
Lavamano	\$20.800,00
Excusado	\$20.800,00
Basurero	\$312,00
Duchas	\$78.000,00
Tinas	\$1.200,00
<b>Costo total</b>	<b>\$1,211,112</b>
<b>Costo Total de Collanes Hosteria Spa</b>	<b>\$ 4.582.445,00</b>

El análisis financiero da una conclusión positiva y rentable para Collanes Hostería Spa ya que la tasa interna de retorno es de un veinte tres por ciento y el periodo de recuperación de inversión es sumamente corto. Estos dos índices son claves el momento de analizar la rentabilidad de un hotel ya que indican la tasa de interés en la cual un hotel ofrece ganancias. Al igual, el periodo de recuperación de inversión da una idea general del tiempo necesario para recuperar la inversión.

Los datos iniciales para el cálculo de la proyección financiera fueron estimados mediante la capacidad de cada departamento, el mercado, la ocupación, y el cheque promedio estimado en

cada área. Los departamentos que representan un ingreso para el hotel son las habitaciones, el restaurante, el spa, y las actividades externas; siendo los departamentos de habitaciones y spa los que obtienen el mayor ingreso. Con estos datos se pudo calcular los ingresos anuales de cada departamento.

Para calcular la utilidad se tomó cada gasto y se hizo un estimado mediante porcentaje e inflación anual. Cada gasto departamental fue calculado mediante un porcentaje fijo del ingreso anual de cada departamento; se utilizó el veinte por ciento en cada departamento. Los gastos fijos, seguro hotelero y ahorro hotelero fueron calculados mediante inflación y reduciendo un porcentaje mínimo del ingreso anual, respectivamente. Los gastos descontados son los gastos departamentales, operativos, fijos, y legales (repartición de empleados, y el impuesto de servicio a la renta).

La tasa interna de retorno se calculó mediante el descuento de todos los gastos, departamentales, fijos, y legales, de todos los ingresos que obtiene el hotel. Este cálculo dio una utilidad neta operativa positiva los primeros diez años, sin contar el año cero de inversión. Al tener la utilidad neta de cada año se pudo calcular la tasa interna de retorno la cual tuvo un valor del veinte tres por ciento. Este valor indica que el proyecto es considerado deseable por su solvencia.

La última herramienta utilizada para evaluar la rentabilidad de Collanes Hostería Spa fue el periodo de recuperación de inversión. Este índice se calcula sumando la utilidad neta anual sobre la inversión inicial. Cuando el valor llegue a ser neto o un valor positivo se dice que se recuperó completamente la inversión. El periodo de recuperación de inversión para el hotel es de aproximadamente cuatro años. Cuando la inversión ya es superada por un monto de \$72,990.

Estas dos herramientas evalúan a futuro la rentabilidad que tiene un hotel en el mercado. Collanes Hostería Spa estuvo evaluada en un periodo de diez años en lo cual resultó ser un proyecto deseable donde se recupera rápidamente la inversión y donde su tasa interna de retorno es alta. Estos dos factores principales son los que determinan el resultado positivo que dio el hotel.

## 9. Conclusiones:

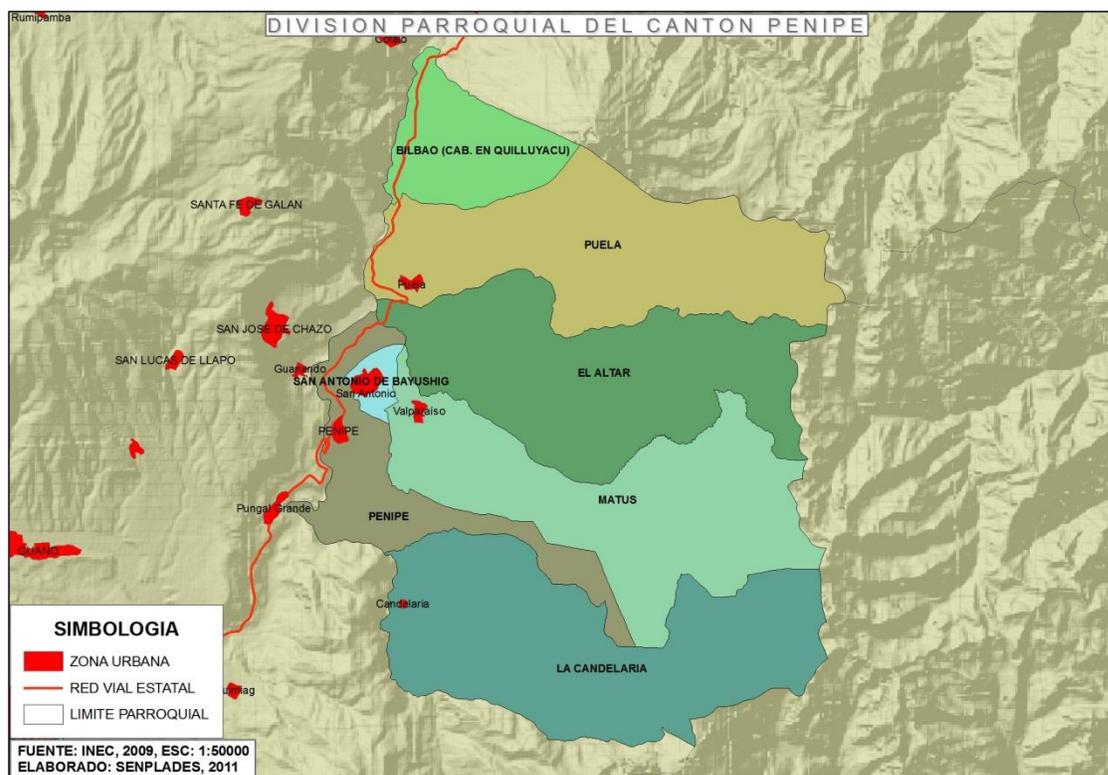
De acuerdo al estudio de factibilidad, el plan de marketing, y el análisis financiero se puede concluir lo siguiente:

- Consideramos que es un proyecto importante ya que realza y promueve la cultura indígena al tener un Spa enfocado en medicina tradicional indígena y al tener un restaurante que se enfoca en la gastronomía de la sierra ecuatoriana.
- El proyecto Collanes Hostería Spa entrara a competir por encima de la competencia, ya que cuenta con un índice de penetración mayor a uno.
- Según las cifras encontradas los ingresos de turistas en Ecuador, especialmente en Chimborazo, son bastante altas por lo cual consideramos que es un proyecto rentable ya que la mayoría de nuestros clientes son clientes extranjeros.
- El plan de marketing ha determinado que existen diversas maneras de llegar al mercado meta para promocionar la hostería; algunos medios son anuncios, publicidad en google, ser auspiciantes de eventos de aventura, entre otros.
- El market share demuestra que la hostería puede entrar a competir en el mercado hotelero de Chimborazo sin afectar el equilibrio entre la oferta y la demanda.

- El índice de ocupación de la hostería es del 70% el cual fue determinado en el análisis de mercado realizado.
- El proyecto supera el costo de oportunidad de capital.
- El proyecto tiene una tasa interna de retorno del X%, lo cual supera el costo de oportunidad de capital.
- Se recupera la inversión inicial en un plazo de 4 años.

## 10.ANEXOS

### Anexo 1: Mapa división parroquial del Cantón Penipe.



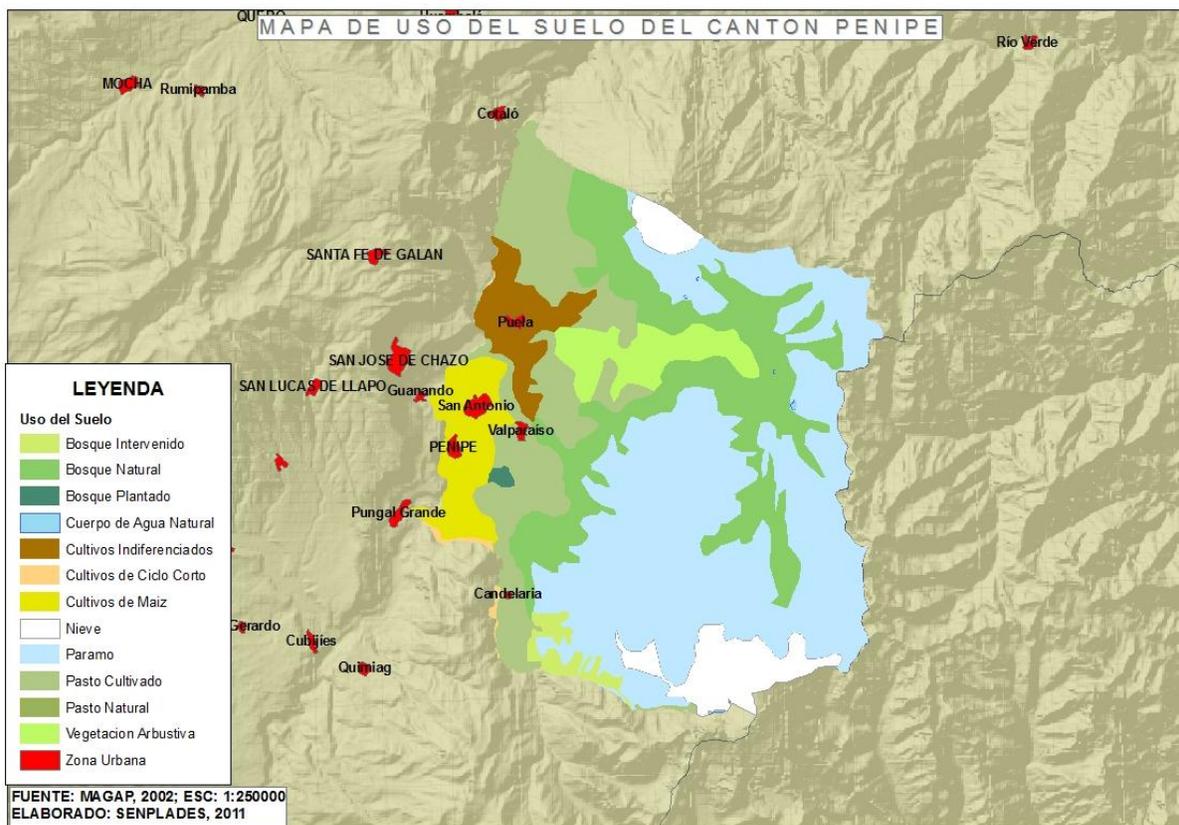
Anexo 2: Mapa del terreno.

Nota: Se incluye junto a los planos de la construcción.

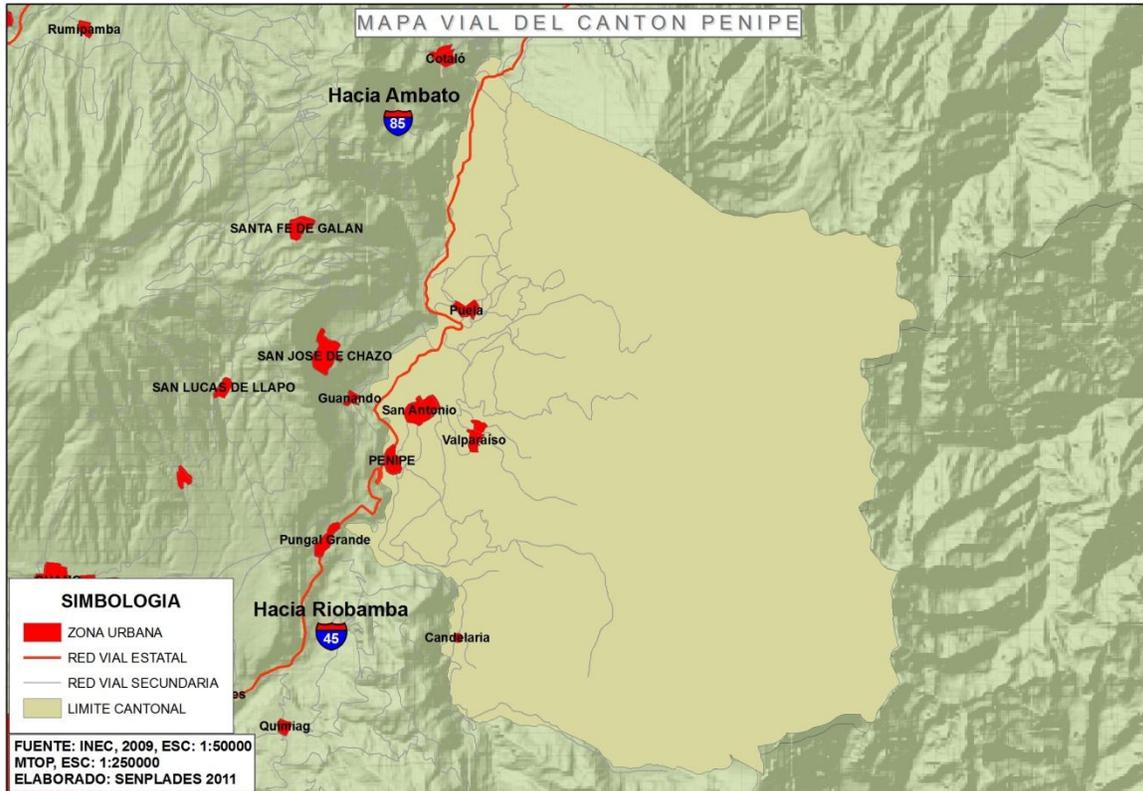
Anexo3: Mapa del levantamiento topográfico.

Nota: Debido a que Collanes Hostería Spa se encuentra ubicado en una zona alejada de la ciudad y poco explorada hasta el momento no existe el mapa del levantamiento topográfico.

## Anexo 4: Mapa uso de suelo Cantón Penipe



## Anexo 5: Mapa vial del Cantón Penipe



Anexo 6:

<b>MARKET ANALYSIS OF "COLLANES HOSTERÍA SPA"</b>											
<i>Hotel Data</i>					<i>Demand (Room Nights)</i>						
<b>Hosterías</b>	<b>Rooms</b>	<b>Fair Share</b>	<b>Market Share</b>	<b>ADR</b>	<b>OCC%</b>	<b>Commercial</b>	<b>Group</b>	<b>Individual</b>	<b>Total</b>	<b>PI</b>	<b>%</b>
Collanes Hosteria Spa	16	10,0%	10,4%	120	70,0%	204	3.066	818	4.088	1,041	<b>104,14%</b>
Expediciones Andinas	8	5,0%	4,8%	100	65,0%	0	1.803	95	1.898	0,967	96,70%
Hacienda Releche	7	4,4%	4,2%	100	65,0%	0	1.578	83	1.661	0,967	96,70%
Hacienda Abraspungo	37	23,1%	20,6%	120	60,0%	2.431	4.862	810	8.103	0,893	89,26%
Hosteria la Andaluza	55	34,4%	35,8%	120	70,0%	4.216	8.432	1.405	14.053	1,041	104,14%
Samari Hosteria Spa	37	23,1%	24,1%	187	70,0%	2.836	5.672	945	9.454	1,041	104,14%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>		<b>100,0%</b>	<b>9.687</b>	<b>25.412</b>	<b>4.156</b>	<b>39.256</b>	<b>1,000</b>	

<b>% Occ Área</b>	=	<b>Numero total de habitaciones vendi</b>	<b>39.256</b>	=	<b>67,2%</b>		
		<b>labitaciones disponibles a la ve</b>	<b>164*365</b>				
<b>ADR promedio Área</b>	=	<b>Suma de (Market Share x ADR)</b>		=	<b>\$ 89,29</b>		
<b>Fair Share (Collanes Hos</b>	=	<b>SG's Rooms</b>	<b>16</b>	=	<b>10,0%</b>		
		<b>Total Rooms</b>	<b>160</b>				
<b>SG's Fair Share of Commercial Market (Collanes)</b>	=	<b>SG's FS * Total Com. Rooms Sold</b>	<b>.10% * 6851</b>	=	<b>969 Rooms</b>		
<b>Collanes Penetration Index</b>	=	<b>Collanes Hostería Spa Occ</b>	<b>70,0%</b>	=	<b>104,14%</b>		
		<b>Area Occ</b>	<b>67,2%</b>				
<b>Samari penetration Index of Individual Market</b>	=	<b>Indiv Rms Sold/PP Total Rms S</b>	<b>.945/9454</b>	=	<b>0,94</b>		
		<b>Indiv Rms Sold/Area Total Rms</b>	<b>.3.211/39.25</b>				

## 11. BIBLIOGRAFÍA:

- Aguilar, Enrique. Amanecer en los Andes. AC Graphics USA. Quito: 1998. Primera edición.
- “Asociación Nacional de Operadores de Turismo ”n.f. 09/03/2013  
< <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>ptivo del Ecuador>
- Atlas cartográfico. Enero /2013. 25/03/2013  
< [http://www.chimborazo.gob.ec/chimborazo/images/stories/doc\\_2012/4.%20%20Atlas%20cartografico.pdf](http://www.chimborazo.gob.ec/chimborazo/images/stories/doc_2012/4.%20%20Atlas%20cartografico.pdf)>
- Banco Central del Ecuador; Dirección de Estadística Económica, “Análisis de las Cuentas Nacionales Trimestrales; Nro. 76,” Septiembre de 2011. Web. 10 Mar. 2013 < <http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/CuentasNacionales/cnt63/come76.pdf>>
- Banco Central del Ecuador; Dirección de Estadística Económica. “Análisis Trimestral de la Balanza de Pagos. 2do. Trimestre 2011. 2011. Web. 10 Mar. 2012. < <http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/analisisBPagos/abp201102.pdf>>
- Banco Central del Ecuador; Dirección de Estadística Económica. “Gestión de la Liquidez del Sistema Financiero, Nro. 78.” Septiembre 2011. Web. 10 Mar. 2013. < <http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/Liquidez/gli201109.pdf>>
- Banco Central del Ecuador. “Ecuador: Evolución de la Balanza Comercial,” Enero 2010. Web. 10 Mar. 2013 < <http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201003.pdf>>
- Banco Central del Ecuador. “Tasas de Interés,” Marzo 2013. Web. 10 Mar. 2013 < <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>>

- Banco Central del Ecuador. “Inflación – Últimos dos años.” 10 Mar. 2013. [http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion)
- Banco Central del Ecuador; Dirección de Estadística Económica. “Gestión de la Liquidez del sistema financiero; Nro. 8. Febrero 2012. Web. 10 Mar. 2013 < <http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/Liquidez/gli201202.pdf>>
- Cámara Provincial de Turismo. Enero /2013. 5/03/2013 < [http://www.captur.travel/web2011/estadisticas\\_turisticas/estadistica.html](http://www.captur.travel/web2011/estadisticas_turisticas/estadistica.html)>
- Corporación Financiera Nacional. Entorno del País: Entorno Macroeconómico. 2012. Web. 10 Mar. 2013. < [http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=12&Itemid=133](http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=12&Itemid=133)>
- Cruz, Marco. Montañas del Ecuador. Imprenta Mariscal. Quito: 2000. Tercera edición.
- “Cultura organizacional, cultura de la persona” n.f. 25/04/2012.< <http://www.perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/cultura.pdf>>
- Fierro, Gustavo. Retorno a las Alturas. Copyright 2006. Hong Kong: 2006. Primera edición.
- "Hacienda Abraspungo." Riobamba Hotels, Exclusive Hotels and Haciendas of Ecuador,. N.p., n.d. Web. 01 Mar. 2013. <<http://www.haciendaabrapungo.com/>>.
- Junta Parroquial La Candelaria. 04/03/2013< <http://juntacandelaria.webnode.es/nosotros/>>

- Junta Parroquial La Candelaria. "Servicios Básicos" n.f. 15/03/2012  
< <http://juntacandelaria.webnode.es/nosotros/>>
- Kling, Kevin. El Ecuador Isla de los Andes. Ediciones Libri-Mundi. Quito: 1987. Primera edición.
- "La Hacienda." HACIENDA RELECHE. N.p., n.d. Web. 01 Mar. 2013.  
< [http://www.haciendareleche.com/index.php?option=com\\_content](http://www.haciendareleche.com/index.php?option=com_content)>.
- "Mountain Lodge "Estrella Del Chimborazo" at Chimborazo Base Camp." Expediciones Andinas - Mountain Lodge. N.p., n.d. Web. 01 Mar. 2013. <[http://www.expediciones-andinas.com/Expediciones\\_Andinas/Base\\_Camp.html](http://www.expediciones-andinas.com/Expediciones_Andinas/Base_Camp.html)>.
- "Nacionalidades que ingresan a Ecuador"  
< [http://dnm.policiaecuador.gob.ec/fileadmin/dnm-repositorio/estadisticas/MOVIMIENTOS\\_MIGRATORIOS\\_POR\\_NACIONALIDAD.pdf](http://dnm.policiaecuador.gob.ec/fileadmin/dnm-repositorio/estadisticas/MOVIMIENTOS_MIGRATORIOS_POR_NACIONALIDAD.pdf)> . n.f. 25/04/2013.
- Oroche, Milton. "Entorno Macroeconómico." 10 Marzo, 2013  
<[http://s3.amazonaws.com/lcp/moc/myfiles/EntornoMacroSectoresKafka07a\\_fp05.pdf](http://s3.amazonaws.com/lcp/moc/myfiles/EntornoMacroSectoresKafka07a_fp05.pdf)>
- "Parque Nacional Sangay" 04/03/2013 < <http://www.sangay.eu/parque-de-sangay.php?lang=es>>
- "Parque Nacional Sangay" n.f. 6/03/2013 < <http://www.sangay.eu/parque-de-sangay.php?lang=es>>
- Penipe, el Altar. 04/03/2013 < <http://www.youtube.com/watch?v=t2-xu44pMLs>>

- Pro Ecuador; Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. "Pro Ecuador presento Reporte Mundial de Inversiones 2012 de la ONU." 6 de Julio, 2012. Web. 10 Mar. 2013. < <http://www.proecuador.gob.ec/2012/07/06/presentacion-de-reporte-mundial-de-inversiones-2012-de-la-unctad/>>
- "Publicaciones Del Banco Central." Banco Central Del Ecuador. N.p., 2013. Web. 10 Mar. 2013. <<https://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000006>>.
- "Reclutamiento y selección". N.f. 25/04/2013.< <http://www.crecenegocios.com>>
- "Sangay Spa Hotel." Hoteles En Baños Ecuador. N.p., n.d. Web. 01 Mar. 2013. <[http://sangayspahotel.com/index\\_es.html](http://sangayspahotel.com/index_es.html)>.
- Samari Spa Resort. "Who we are." 10 Mar. 2013. <[http://www.samarispa.com/esp/qs\\_historia.html](http://www.samarispa.com/esp/qs_historia.html)>
- Samari Spa Resort. "Instalaciones." 10 Mar. 2013. <http://www.samarispa.com/esp/mapa.html>
- "Spa Hosteria Miramelindo." Spa Hosteria Miramelindo. N.p., n.d. Web. 01 Mar. 2013. <<http://banios.com/miramelindo/spa.htm>>.
- "Supuestos Macroeconómicos 2012 - 2015." Banco Central Del Ecuador. Gobierno Nacional De La República Del Ecuador, 15 Nov. 2011. Web. 10 Mar. 2013. <<https://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/Supuestos%20Macro2012-2015.pdf>>.
- Terán, Francisco. Geografía del Ecuador. Libresa. Quito: 1986. Décimo cuarta edición
- UNESCO "Parque Nacional Sangay" 04/03/2013. < <http://whc.unesco.org/en/list/260>> .

