

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

**Proyecto de una Hostería Hacienda en el Sector Hacienda La Cocha de
Pinantura Parroquia de Pintag
Proyecto de Investigación**

**María Gabriela Merino Vela
María Victoria Naranjo Borja**

Administración de Empresas de Hospitalidad

Trabajo de titulación presentado como requisito
para la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas de
Hospitalidad

Quito, 15 de diciembre de 2015

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
COLEGIO DE HOSPITALIDAD, ARTE CULINARIO Y TURISMO

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Proyecto de una Hostería Hacienda en el Sector Hacienda La Cocha de
Pinantura Parroquia de Pintag**

María Gabriela Merino Vela

María Victoria Naranjo Borja

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico

Mauricio Cepeda, , Master of
Management in Hospitality Cornell
University

Firma del profesor

Quito, 15 de diciembre de 2015

Derechos de Autor

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

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

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: María Victoria Naranjo Borja

Código: 00109881

Cédula de Identidad: 1718057134

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: María Gabriela Merino Vela

Código: 00107399

Cédula de Identidad: 1714789268

Lugar y fecha: Quito, diciembre de 2015

Dedicatoria

A mis padres, Jaime Naranjo, María Victoria Borja y José Yépez

María Victoria Naranjo

Dedicatoria

A mis padres, Roberto Merino y Sandra Vela.

María Gabriela Merino

RESUMEN

El proyecto es una hostería que se desarrollará en la hacienda La Concha de Pinantura en el sector de Pintag. Se considera que el proyecto tiene algunas fortalezas importantes de recalcar, como lo es el sector en el que se operará la hostería ya que se estima a este lugar como una potencia de ecoturismo, agroturismo y de aventura. Otra de las fortalezas es la cercanía de la propiedad a la ciudad de Quito ya que no toma más de 1.5 horas de desplazamiento. Por último, se considera que las actividades recreacionales que se incluirán en la hostería harán que ésta sea un destino en sí para los turistas. Está dirigido a familias nacionales y grupos de extranjeros.

ABSTRACT

This is a hotel that will be developed in La Concha de Pinantura in Pintag. There are some strengths to be considered for this project, such as the surroundings where the hotel will operate due to the fact that this place is seen as a great scene for ecotourism, agro tourism and adventure. Another strength is the closeness of the establishment to the city of Quito. It only takes 1.5 hours to get there. Last but not least, the recreational activities that the hotel will offer the guests so that the hotel itself will become a destination. The target market is national families and foreigners.

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCION.....	8
CONCEPTO DEL PROYECTO.....	9
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	10
DISEÑO Y ARQUITECTURA.....	41
PROGRAMA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	48
RECURSOS HUMANOS.....	50
PLAN DE COMUNICACIÓN DE MARKETING.....	64
PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO.....	69
CONCLUSIONES	70
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	71
ANEXOS.....	72

INTRODUCCIÓN

En medio del páramo y un entorno de naturaleza maravilloso se desarrollará el complejo Hotel Hacienda Pinantura que busca brindar a los huéspedes una experiencia única explotando sus alrededores y actividades principales de hacienda ganadera. Se intenta hacer que el hotel sea un destino turístico como tal con todos los servicios y actividades necesarias para la recreación de un segmento de mercado que goza del ecoturismo, agroturismo y turismo de aventura.

El sector en el que se desarrollará este proyecto es considerado una potencia turística del sector, Pintag. En los últimos años, este sector ha mostrado un crecimiento importante de las visitas de turistas anuales. Se busca entonces explotar esta oportunidad para dar a conocer de mejor manera este lugar.

Debido a la cercanía de la propiedad a la ciudad de Quito (1.5 horas en transporte terrestre) se considera que es un proyecto bastante atractivo para el segmento de mercado objetivo.

Hotel Hacienda Pinantura tiene capacidad para alojar a 28 huéspedes en 15 diferentes habitaciones. Cuenta también con un restaurante cuya capacidad es de 50 personas cómodamente sentadas. La inversión total del proyecto es de \$994,130.80. De acuerdo a los cálculos realizados en base a los datos proporcionados de ventas, costos y gastos se ha presentado tres escenarios, optimista, normal y pesimista lo cual arroja valores del VAN de \$52,253.53, \$865,667.61 y \$ 1, 627,641.08, respectivamente. Así mismo, arroja valores del TIR de 9.49%, 23% y 35%.

CONCEPTO DEL PROYECTO

En el siguiente proyecto a realizar se plantea la idea de un Hotel Hacienda, implementando el agroturismo, como por ejemplo tener vacas y con la leche hacer queso que se realizará para el consumo de la misma. Por otro lado, como actividades principales se quiere hacer senderos para caminatas por la hacienda o que la gente pueda montar bicicleta. Así mismo habrá cabalgatas, pesca deportiva, etc. tratando de fomentar el ecoturismo en el Ecuador. Otra idea también es la implementación de una plantación, es decir, un huerto para con él ocupar los productos sembrados en el restaurante. Sin embargo, existen ya suficientes actividades aseguradas para que el huésped no tenga necesidad de salir del hotel y sea tan interesante que se refleje en un porcentaje alto de ocupación y se pueda pagar todos los gastos y costos relacionados.

Sector: Hacienda La cocha de Pinantura parroquia de Pintag, Pichincha-Ecuador

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

El propósito de esta investigación es proporcionar un análisis de los posibles impactos económicos que una Hostería Hacienda, en la hacienda La Cocha de Pinantura, podría generar basado en supuestos clave que aquí se describen. La evaluación de los beneficios económicos generados por los hoteles es uno de los principales determinantes al momento de tomar la decisión de invertir en este tipo de proyectos.

La actividad mercantil hotelera está basada en servicios de alojamiento y alimentos y bebidas fundamentalmente. En el área de alojamiento una habitación que no ha sido vendida es una pérdida de ingresos irrecuperable, al igual que en el área de alimentos y bebidas, ya que la comida que no se vende se pierde “materia prima”. Otra característica básica de la actividad económica financiera de un hotel es que su ciclo de operación es corto ya que cada operación realizada es diaria.

Un factor fundamental a considerar es la inestabilidad de los ingresos que se comporta por temporadas; es decir, las condiciones climatológicas del sector, eventos económicos sociales tales como estaciones del año, según el sector turístico como del área geográfica de desplazamiento. Estos ciclos, denominados temporadas altas o bajas, puede producir la necesidad del cierre total o parcial del hotel durante temporadas bajas.

Las operaciones anuales de un hotel se suelen proporcionar con importantes beneficios en un área. Por lo general, y para los efectos de este informe, los efectos cuantificables se caracterizan en términos de impactos económicos. Éstos se transmiten a través de medidas de gasto directo, la producción total, los ingresos personales y el empleo. Los impactos fiscales son generados a través de gastos directos e indirectos presentados anteriormente. Todos los impactos económicos que se destacan en este análisis se refieren a los impactos de la operación de la nueva planta hotelera.

1. Entorno Macroeconómico

1.1. Análisis macro del Turismo en el Ecuador

Análisis externo:

Político:

- La economía ecuatoriana ha crecido en los últimos años gracias a la exportación del petróleo y a la venta de productos primarios como el banano, cacao, camarón, rosas, entre otros. Sin embargo, el gobierno busca generar más riqueza, lograr un desarrollo más sostenible e impulsar actividades ligadas al talento humano, a la tecnología y el conocimiento, a través del cambio de la matriz productiva.
- Voluntad política por parte del gobierno para fortalecer el turismo.

- Se prevé una tasa de crecimiento tendencial del turismo interno de un 4% para año 2015. Fuente: Propuesta para el Desarrollo de la Cadena del Turismo en el Ecuador. Vicepresidencia de la República-Cepal / Junio 2014

Económico:

- La economía ecuatoriana estará sujeta a dos variables determinantes durante el 2015. La cotización del barril de petróleo en el mercado mundial y la apreciación del dólar frente a otras monedas.
- De continuar a la baja el precio del petróleo, el Gobierno reducirá la inversión de manera proporcional en todos los sectores el próximo año, excepto en el área de sectores estratégicos. En la Proforma del Presupuesto General del Estado del 2015 se fijó el precio del barril en USD 79,7, el precio actualmente está por debajo del rango calculado en el Presupuesto General para 2015. El Presupuesto General del Estado para el 2015 presenta varias interrogantes.
- Endeudamiento alto en la clase socioeconómica media y media alta.
- Crisis de empleo. Se prevé que la disponibilidad de empleos de la clase socioeconómica baja-alta, baja-media y baja-baja, media – media y media - baja pueden ser afectadas en mayor medida que la clase media alta y alta.

Social - Cultural:

- La tendencia turística para 2015 es pasar de una economía de servicios a una economía de las experiencias con mayor enfoque en la calidad. La economía de las

experiencias se refiere a que el visitante obtenga un crecimiento tanto personal como de aprendizaje.

- La cultura se ha convertido en un elemento estratégico para el desarrollo turístico y sostenible de un destino. Cuanto mayor desarrollo cultural de la zona de destino, existirá mayor demanda.

Tecnológico:

- Con el internet el control de los mercados ha pasado de los productores a los consumidores. El 75% de personas en la ciudad utiliza el internet como lugar de búsqueda de información antes de realizar el viaje.
- Se requiere mayor flexibilidad y nuevas ventajas competitivas en la comercialización de los servicios.
- Aprovechar al máximo las tecnologías de la información y la comunicación para mejorar.

Medio Ambiente:

- La tendencia del desarrollo de destinos y productos sostenibles sigue creciendo.
- Es importante informar sobre las acciones que se realizan para conservar y proteger los recursos naturales y culturales, así como el compromiso con el desarrollo de las comunidades locales.

Legal:

- Se prevé para 2015 nuevas reformas tributarias y laborales que crean verdaderas camisas de fuerza en los empresarios.
- Se prevé que la Normativa Turística vigente sufra cambios durante el 2015, existe un nuevo actor, INEN que establecerá lineamientos de calidad para los productos turísticos.
- Tramitología: detalle de los requisitos legales que debemos cumplir como empresa.

1.2. Análisis macro del Turismo Nacional

Según un análisis previamente realizado sobre una investigación de Quito Turismo presentada por Luz Elena Coloma muestra ciertas cifras claves del año 2013 y 2014 para la realización del impacto económico, tales como:

- Llegada de Turistas no residentes a Quito: 8,5 %
- Tasa de ocupación Hotelera: 57 %
- Divisas por concepto de turismo 2013: 332 millones
- Gasto total turístico por estadística 2013: 518\$
- Estancia promedio Hotelera 2014: 1,62 noches

El turismo en la ciudad de Quito genera más de \$ 1.000 millones de dólares anuales (sumados turismos interno y receptivo o receptor). Se estima que el turismo es el 4to generador de empleo en el DMQ (entre 60.000 y 70.000 empleos directos y casi 200.000

indirectos) y estos se determinan por medio del alojamiento, alimentos y bebidas, agencia de viajes, transporte turístico, etc. Por cada empleo directo que se genera turismo en la ciudad, se generaran 4 empleos indirectos, dando como resultado una actividad turística en la ciudad de Quito entre el 4% y 5% del PIB del DMQ. (Véase ANEXO 1)

Los meses de diciembre de 2013 y julio 2014 han sido los meses de mayor influencia turística desde que existen datos de llegadas a Quito. (Véase ANEXO 2)

Sin embargo, los sitios más visitados en los alrededores del DMQ Parroquias rurales, sobretodo en el sector de Pintag, ha mostrado un incremento de alrededor del 4,5%. En el año 2012 las visitas turísticas eran tan solo del 2,90% y en el 2013 aumentó al 7,4% haciendo de éste un sector más rentable y propenso para el desarrollo turístico del Ecuador. (Véase, ANEXO 3)

En el 2014, el incremento de establecimientos con licencia turística aumento con respecto al 2013. Dichos establecimientos están distribuidos en las zonas urbanas (numero de 4367) y rurales (numero de 578) de Quito con un total de 4945. (Véase ANEXO 4)

El número de plazas de alojamiento ha crecido en el 2014 en un 13% en relación al 2013. La ciudad cuenta con 26.882 plazas, haciendo que el número de habitaciones instaladas haya crecido en un 13% también, con la disponibilidad de 13,441 habitaciones disponibles como se ve en la siguiente imagen. (Véase ANEXOS 5 y 6)

1.3. Análisis macro del Turismo Nacional en una Hostería Hacienda

Análisis Interno:

FODA

En el siguiente análisis se desarrolla un diagnóstico que contiene las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tanto internas como externas del proyecto Hotel Hacienda y en el cual nos vamos a enfocar en un segmento interno y de mercado nacional, con el propósito de desarrollar ciertas estrategias para poder convertir nuestras amenazas en fortalezas y las debilidades en oportunidades.

Fortalezas:

1. Fomentación del Ecoturismo en un entorno natural
2. Acceso a diferentes tipos de comunicación (teléfono o internet)
3. Estándares establecidos en procesos internos
4. Precios competitivos
5. Caminos y senderos accesibles para todo tipo de vehículo
6. Muy poca competencia

Oportunidades:

1. Cercanía al nuevo aeropuerto de Quito
2. Varias rutas de acceso (Ruta Viva o Sangolqui)
3. Implementación de medios tecnológicos para un mejor mercado potencial

4. Clientes con capacidad de consumo (Alimentación y Alojamiento)
5. Fortalecer turismo de salud (Deportes de aventura)
6. Mercado potencial en crecimiento. Personas con un interés por salir de la ciudad y disfrutar de la naturaleza (llevar la ciudad a la naturaleza)

Debilidades:

1. Débil encadenamiento con otras actividades
2. Dificultad con red satelital
3. Altura y factores climáticos
4. Falta de información estadística en Restaurantes
5. Transporte público sin frecuencias directas y con horario establecido
6. Transporte privado con costos elevados
7. A menos de dos horas de distancia

Amenazas:

1. Reglamento a la ley sobre la conservación a las reservas naturales
2. Deterioro del paisaje sin un adecuado mantenimiento
3. Vulnerabilidad al cambio climático
4. Negocio con ciclo de vida corto.
5. Desarrollo de nuevos productos fuera de la ciudad de Quito

2. Análisis del sitio

2.1. Localización

La propiedad es una hacienda ganadera con el nombre de La Cocha de Pinantura en el sector de Pintag en la provincia de Pichincha. La vía para llegar a la propiedad es la vía Quito-Pintag, pasando el pueblo de Pintag camino al Antisana hasta el cruce que conduce a la Mica, la propiedad se encuentra a la derecha.

- Provincia: Pichincha
- Cantón: Quito
- Parroquia: Pintag
- Sector: Pinantura

2.2. Adaptabilidad y conveniencia física del terreno

Mapa del terreno: véase ANEXO 7.

Topografía: Ondulada, Semiladrosa y ladera.

Superficie: 223.39 hectáreas (según escrituras)

268.09 hectáreas (según plano)

- Existe esta diferencia debido a que la propiedad tiene muchas laderas que no son aprovechables; ya sea para la actividad ganadera como turística.

Temperatura media: 12°C

Altitud: entre 3150 a 3338 m.s.n.m

Zona Ecológica: Bosque húmedo Montano, inicio de páramo

Linderos: véase ANEXO 8, página 15

Esta propiedad se dedica a la cría de ganado lechero. Debido a que es un terreno de gran extensión, se piensa utilizar uno de los lotes cercanos a la entrada de la hacienda (lote A007, véase ANEXO 7) para el levantamiento del proyecto hotelero. Sin embargo, el resto de la propiedad se utilizará para diversas actividades de recreación para los huéspedes y turistas.

Tipo de suelo: franco, arcillo-arenoso

Clima lluvioso predominante (el clima seco predomina en los meses de julio y agosto o hasta septiembre).

El terreno donde se establecería el proyecto tiene una pequeña pendiente (loma), es por esto que se necesita remover tierra para aplanar el terreno y con este exceso de tierra se juntaría este lote con el lote de enfrente para tener la oportunidad de crear un jardín.

2.3. Acceso y Visibilidad

La vía de acceso principal es la Quito-Pintag que llega hasta la población de Pintag, esta es una vía asfaltada por la cual se puede transitar en transporte público o en transporte privado, ya sea carro familiar o bus turístico.

Desde el pueblo de Pintag hay la vía de Pintag- partidero de la Mica. Este es un camino lastrado y se puede llegar en transporte privado.

En cuanto a las vías internas, hay el camino principal de la hacienda que es asfaltado y los caminos de tierra para el ganado entre los lotes.

Ya que el terreno que se utilizará dentro de la propiedad se encuentra bastante cerca de la entrada de la propiedad la visibilidad es bastante buena, sin embargo debido a los fuertes vientos se consideraría bloquearlo plantando árboles de cipreses a lo largo del terreno y bordeando la construcción.

2.4. Servicios Básicos

Los servicios básicos con los que cuenta la propiedad son:

- Agua potable
- Agua de riego (80 litros por segundo en forma permanente)
- Luz Eléctrica (transformador de 25KVA para uso exclusivo de la hacienda)
- Telefonía celular

*Es importante mencionar que en la actualidad no se cuenta con telefonía fija, sin embargo se considerará la implementación de la misma.

3. Situación legal y regulaciones municipales aplicables

El terreno donde se construirá el proyecto pertenece a Agroindustrial Obragro SA, sociedad anónima con 6 accionistas. Actualmente esta propiedad es una hacienda ganadera dedicada

a la producción de leche. Esta será la empresa dueña del proyecto planteado. Tendrá dos centros de utilidades; por un lado, la ganadería y por otro, la hostería.

El avalúo comercial de la propiedad al 2011 fue de \$763,271.12 según escrituras y de \$915,965.93 según planos (véase ANEXO 8 para mayor detalle).

Para el 2011 la Plusvalía se estableció como mediana, sin embargo se estableció que habrá un incremento en el futuro debido a que este sector es considerado ideal para turismo ecológico.

En cuanto a las regulaciones municipales para la construcción de este proyecto se ha extraído la siguiente información:

- Se requiere un vestíbulo que cuente como mínimo con recepción, teléfono público y servicios higiénicos independientes (hombres y mujeres por separado)
- Los pasillos deben tener un ancho mínimo de 1.50m.
- En caso de contar con escaleras, el ancho mínimo de éstas debe ser de 1.50m
- Las habitaciones deben contar con un espacio mínimo de 0.80m de los tres lados de acceso a la cama. La altura mínima útil de cada habitación es de 2.45m. los baños por habitación debe incluir mínimo un inodoro con un espacio mínimo de 0.60m por delante y 0.20m a los lados. Es necesario contar con 75 litros de agua por habitante por día, y mínimo el 20% de ésta debe ser agua caliente.
- La cocina debe ser mínimo el equivalente al 70% del comedor para los huéspedes.
- El comedor debe tener una extensión mínima de 2.00 m² por habitación.
- Esta información ha sido extraída de la Ordenanza 3457, El Concejo Metropolitano de Quito.

*El proyecto es considerado un establecimiento de alojamiento, específicamente una hostería.

3.1. Análisis del vecindario

Clima: temperatura media de 12°C

Principales generadores de demanda: después de haber realizado investigación de campo se ha determinado que los principales generadores de demanda son turistas nacionales que visitan los atractivos turísticos y naturales de la zona como son:

- Laguna Muertepungo
- Ruta de los Volcanes
- Laguna La Mica
- Laguna de Secas
- Volcán Antisana

Por otro lado también se pudo ver que hay un gran potencial a explotar como lo es el turismo de deporte de aventura, ecológico, y turismo de observación de animales.

Estado de las vías: actualmente la vía Quito-Pintag se encuentra en muy buen estado debido a que existen dos opciones para llegar, la vía por Sangolqui y nueva Ruta Viva. Sin embargo, es muy importante mencionar que desde el centro de Pintag hasta la propiedad donde se establecería el proyecto la vía es bastante buena pero hay sectores en los que la vía se encuentra en mal estado. Esta es una vía lastrada en su mayoría.

Uso de las tierras: la propiedad que rodea el terreno donde se construiría la hostería es una hacienda ganadera de más de 200 hectáreas. Las propiedades aledañas a ésta son en su mayoría haciendas dedicadas a la producción de leche y engorde de ganado, así como también cultivos de diversos alimentos. Dentro de la propiedad ganadera donde se levantaría el proyecto hay diferentes tipos de construcciones, principalmente está compuesta por la edificación del ordeño con las respectivas construcciones donde se tienen a los terneros. Se cuenta también con viviendas para los empleados de la hacienda y cuartos desalojados que se podrían adaptar para la vivienda de los empleados de la hostería. Se cuenta también con una construcción de caballerizas que si bien están en mal estado, se las podría adecuar para la tenencia de caballos, los cuales serían utilizados para actividades de recreación para los huéspedes.

Competidores de la zona: Después de haber realizado la investigación de campo se puede concluir que como competencia primaria existe únicamente la Hacienda Hostería Guáytara a 20 minutos aproximadamente (15 kilómetros) desde el terreno en cuestión.

En el camino entre la hacienda La Cocha de Pinantura y la Laguna La Mica se pudo encontrar tres establecimientos que ofrecen alimentos y bebidas a los turistas de la zona, sin embargo se pudo observar que éstas no son una competencia directa debido a la categoría a la que pertenecen, al segmento de mercado al que se dirigen y la calidad de servicio y alimentos que ofrecen.

Este es un vecindario que muestra un desarrollo importante en lo que es turismo ecológico, de deportes de aventura y de naturaleza. A lo largo de los años se ha podido observar que el turismo en la zona ha ido incrementando, se cree que muchas de las propiedades que ahora se dedican a la producción de leche podrían dedicar, en un futuro, a proveer servicios de alojamiento, alimentos y bebidas y recreación para turistas.

Después de haber realizado investigación de primera y segunda mano se puede determinar que este es un vecindario con mucho potencial turístico debido a los atractivos naturales de la zona. Por el momento no existe mucha competencia en lo que es alojamiento dentro del sector de Pintag. Por lo tanto, se considera que es un vecindario con muchas posibilidades de triunfo para un proyecto hotelero, de alimentos y bebidas, y recreación.

3.2. Análisis del área del mercado

Definición de límites: se ha determinado que el área de mercado para este proyecto sería delimitado por un perímetro determinado por un recorrido de 1.5 horas en automóvil. Se pudo determinar que la distancia comprendida entre el norte de Quito y la propiedad se la puede cubrir en 1 hora aproximadamente. Sin embargo, se debe tomar en cuenta que gracias a la nueva Ruta Viva, el desplazamiento desde sectores como Cumbaya o Tumbaco está estimado en unos 40 minutos.

Ya que la población de Pintag está a 20 minutos de distancia en automóvil aproximadamente, se podría adquirir la fuerza laboral potencial bastante cercana al lugar del proyecto.

En el censo del 2010 se puede ver que en Pichincha más del 15% de la población está en un rango de edad entre 25 y 34 años de edad. Este es el rango de edad en el que se considera que sería provechoso y útil conseguir la fuerza laboral para el proyecto. Es importante recalcar que la edad promedio en el Cantón Quito es de 29 años. El analfabetismo dentro de este cantón es del 3%, esto es muy importante ya que debido a que la fuerza laboral potencial proviene de una población pequeña como es Pintag, es muy probable que no tengan los estudios ni educación necesaria para un proyecto hotelero como el propuesto. En las zonas rurales de Pichincha se muestra que el promedio de escolaridad es del 10.1 para personas de 24 años de edad o más. No obstante, se considera que se puede capacitar a la fuerza laboral en lo necesario para un puesto de trabajo dentro de este proyecto. (Información recabada de: *Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador, Fascículo Provincial Pichincha*).

El ingreso corriente de un hogar ecuatoriano promedio es de \$893 mensual, los cuales están divididos en ingresos corrientes monetarios (representan el 79.3%) e ingresos corrientes no monetarios (representan el 20,7%).

El gasto corriente de un hogar ecuatoriano promedio está en \$610 mensual.

4. Nivel socioeconómico de la población

La investigación de los sectores socioeconómicos del Ecuador realizada por el INEC, ofrecen datos sobre cinco ciudades del país, Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato y Machala. Entre uno de los indicadores que se han tomado en cuenta son los ingresos de la familia, su tipo de vivienda, acceso a la tecnología y el nivel de educación del jefe del hogar. Nuestro enfoque es más hacia el grupo A y B que es la clase media-alta, sin embargo nuestro sector en donde se encuentra el sector de Pintag es de medio-bajo a bajo. En el grupo donde la clase es media-baja según las estadísticas se dice que tan solo el 9% utiliza internet, el 9% ha leído un libro, sin embargo estos datos han mejorado notablemente en los últimos meses. Hoy en día el jefe del hogar ya tiene una educación primaria completa y usualmente se desempeñan laboralmente en el área de servicio y operaciones, hay una cobertura de la seguridad social de un 4.8%.

División de los grupos socioeconómicos:

A (Alto) De 845,1 a 1000 puntos

B (Medio alto) De 696,1 a 845 puntos

C+ (Medio típico) De 535,1 a 696 puntos

C- (Medio bajo) De 316,1 a 535 puntos

D (Bajo) De 0 a 316 punto

“El grupo A es de tan solo el 1,9% de la población y poseen: internet en el 99% de sus hogares, utilizan correo electrónico personal, así como laptop, mantienen teléfonos

celulares de 1 o más en promedio. Son personas que han cursado la instrucción superior o posgrado, trabajan de ejecutivos, administradores, etc. Mientras que en el sector D, solo el 12% tiene acceso al teléfono convencional, el 5% posee lavadora únicamente y tan solo el 9% tiene acceso al internet. Mientras que estas personas o en este caso el jefe del hogar apenas ha completado la instrucción primaria y son trabajadores “no calificados”.”(2015, Baquero). Estos datos estadísticos nacen de unas encuestas realizadas en años anteriores, dichas encuestas se las conoce como “encuestas de nivel socioeconómico”. No obstante hay que dejar en claro que una cosa es la clasificación de la pobreza, y otra cosa es la clasificación socioeconómica” de un país.

4.1. Análisis de la oferta

El enfoque primordial del análisis de oferta es estudiar la competencia del sector al que se denomina el nuevo aeropuerto. En este sector se toma en cuenta, Puembo, Pintag y Tababela. Después de una investigación minuciosa se encontró que la única competencia directa para este proyecto es la Hacienda Hostería Guáytara debido a que es la única hostería con características similares a las de este proyecto dentro del sector de Pintag y La Mica.

Se ha tomado a las hosterías Puembo Bering Garden y Hostería Airport Garden como los competidores secundarios ya que si bien no se encuentran en un perímetro tan cercano al terreno de este proyecto, se enfoca en la naturaleza, turismo de aventura y tiene

características similares a este proyecto. Sin embargo, atienden un segmento de mercado un poco diferente.

Competencia	Directa	Secundaria	Secundaria2
Factores/Alojamientos	Guáytara	Puembo Bering Garden	Hostería Airport Garden
Ubicación	PINTAG	PUEMBO	Tababela
Capacidad alojamiento	13	16	25
% de Ocupación	25%	70%	48%
Calidad percibida (1-5)	4	5	4
Fecha de apertura	2010	2013	2014
Tipo de administración	independiente	Independiente	Independiente
Imagen (mala/regular/buena/exc elente)	excelente	Buena	muy buena
Acceso y visibilidad	complicado	Ineficiente	Excelente
Condición Física	muy buena	Buena	muy buena
Segmento de Mercado	ecoturismo	ornitólogos, fotógrafos	trabajadores y pasajeros de transito
% que llega por reservación	0.9	0.98	0.95
Generadores de demanda	ecosistema	las aves (ecosistema)	cercanía al aeropuerto
# Habitaciones	13	8	11
simples-matrimoniales	2	todas son dobles	5
Dobles	6	-	6
Triples	3	-	-
Cuádruple	-	-	-
Suites	-	-	-
otras (cabañas)	3	-	-
Salas de convenciones	no aplica	no aplica	1
Capacidad total	-	-	30
# de restaurantes	1	1	1
Capacidad total	50	16	30
Amenities			
Gimnasio	no aplica	no aplica	no aplica
Piscinas	no aplica	no aplica	Si
sauna	las matrimoniales	no aplica	no aplica
jacuzzi	si	no aplica	no aplica
Bar	si	Si	no aplica

mini bar	si	no aplica	no aplica
Servicio de Catering externo	no aplica	no aplica	no aplica
Room Service	no aplica	no aplica	no aplica
Precio promedio habitación	35\$(x persona incluye desayuno)	\$55(incluye desayuno)	\$35
Cheque promedio de restaurante	20\$ por persona	\$36	\$8
Estacionalidad			
semanal	X		X
mensual			
Anual		X	
Que tendencia tiene	turismo de aventura	en expansión	atacar a más segmentos de mercado

La Hacienda Hostería Guáytara inició su operación en el 2010, está ubicada en Pintag aproximadamente a 10 minutos en automóvil de la hacienda donde se realizará el proyecto (La Cocha). Para la entrada de esta hostería se tomaría alrededor de otros 10 minutos más dado que el camino es muy estrecho y montañoso. Su capacidad de alojamiento es de 13 personas, la que se divide en 2 habitaciones matrimoniales que incluye jacuzzi, 6 dobles, 3 triples y 3 cabañas. Todas estas habitaciones incluyen una mini refrigeradora. En cuanto a las comodidades no ofrece gimnasio, pisciana, sauna ni jacuzzi. La tarifa promedio por persona es de \$35USD el cual incluye desayuno. La condición física del lugar en general es muy buena, la que se debe a un tipo de administración independiente.

Su porcentaje de ocupación es del 25% aproximadamente, lo que es relativamente bajo. El 90% de sus huéspedes llega por medio de reservaciones. Guáytara no tiene comunicación telefónica ni señal de celular, por lo que se le hace muy difícil llevar un control sobre estas reservaciones. Su generador de demanda son los ecosistemas que rodean la hacienda hostería, por lo que su segmento de mercado es el ecoturismo.

Debido a que esta es la competencia directa se debe analizar sus debilidades como el hecho de tener una ocupación tan baja. Esta es una propiedad que se encuentran en un lugar con acceso limitado y es muy difícil de llegar. Es una hostería que no está a la vista ni cerca del camino principal que lleva a la Mica. Se considera que el acceso es un gran problema para esta propiedad. Por otro lado, es una hostería que no cuenta con telefonía fija ni celular, y mucho menos internet. Están totalmente aislados sin comunicación y su ocupación depende en la mayoría de la disponibilidad de agencias de viaje con las que trabajan.

Guáytara no tiene salas de convenciones, pero cuenta con un restaurante de una capacidad de 50 personas con su respectivo bar, donde es importante resaltar que es su mayor generador de demanda. El cheque promedio del restaurante es de \$20 por persona aproximadamente. No tienen un servicio de catering externo, tampoco servicio a la habitación. La percepción de calidad en Trip Advisor es buena con una calificación de 4 en cuanto a comentarios. Por último la estacionalidad es semanal para la hacienda hostería Guáytara y por motivo de sus atracciones como pesca deportiva, caminatas, cabalgatas, excursiones que concluye que su tendencia es de turismo de aventura.

La competencia secundaria se la define por dos hosterías: Pumbo Bering Garden y Hostería Airport Garden. Pumbo Bering Garden se inició en el año 2013, tiene una capacidad de alojamiento de 16 personas que se distribuye en 8 habitaciones dobles. La tarifa promedio es de \$55 por habitación donde incluye el desayuno. Su porcentaje de ocupación es bastante bueno, 70%. Las reservas representan el 98% de las llegadas al alojamiento. Según Trip Advisor la calidad percibida por medio de comentarios ha sido calificación con un 5 (calificación máxima). El tipo de administración es independiente, lo cual ha sido manejada correctamente ya que en cuanto a imagen está bien diseñada. En cuanto a las comodidades

no incluye gimnasio, piscina, jacuzzi ni sauna. El acceso y visibilidad, genera un punto en contra por lo que está localizado dentro de Puenbo y la distancia entre el alojamiento y el aeropuerto es cerca pero no existe un acceso directo, por lo que hace del acceso ineficiente.

El segmento de mercado de Bering Garden son los ornitólogos y los fotógrafos. Por este motivo el generador de demanda son las aves (ecosistema). Bering Garden no ofrece salas de convenciones pero si tiene un restaurante con capacidad de 16 personas que genera un cheque promedio de \$36. No necesitan un servicio de catering externo.

La hostería Airport empezó a operar en el año 2014. Tiene una capacidad de alojamiento de 25 personas que se distribuye en 11 habitaciones en 5 matrimoniales y 6 dobles. La tarifa promedio de habitación es de \$35 que en cuanto a comodidades tiene una piscina cubierta. El porcentaje de ocupación es de 48%, lo cual no está mal para una hostería que va a cumplir un año de funcionamiento.

Hostería Airport segmenta su mercado con los trabajadores y pasajeros en tránsito sobre todo. Su generador de demanda es la cercanía al aeropuerto. Por último la percepción de calidad en Trip Advisor es de 4 basadas en los comentarios.

En conclusión, el proyecto de un hotel hacienda en Pintag tiene únicamente un competidor directo que es la Hacienda Hostería Guáytara. Lo cual muestra la oportunidad en cuando a la baja oferta en el sector. La competencia secundaria afectaría la demanda pero no al segmento de mercado al que se dirigiría, ya que se diferenciaría por el concepto y actividades de contacto con la naturaleza.

4.2. Análisis de la demanda

4.2.1. Atracción Turística

Después de haber realizado varias visitas al sector de Pintag, se determinó que existen varias atracciones naturales en la zona como se ha mencionado anteriormente. No obstante, se considera que la Laguna La Mica es la atracción principal en dicho sector. Gracias a esta atracción y a su información detallada de cada visitante de la zona se ha logrado realizar un análisis proyectado y aproximado de la demanda del sector de Pintag.

De acuerdo a la imagen presentada a continuación el área de la reserva Ecológica Antisana es el número 12.



Datos importantes:

Creación: 21 de julio de 93, R.O 265 de 31 de agosto de 93

Superficie: 120.000 Has.

División Política: Napo, cantones Archidona y Quijos

Clima: Frio, templado y subtropical según altura

Zona de vida: 9 (Holdridge) + pisos Alpino y Nival

Precipitación anual: 800-2.700 mm. Anuales

Altitud: 1.400 -5.758 msnm.

De acuerdo a la información obtenida por la reserva Ecológica Antisana logramos tabular los siguientes datos y realizar un análisis en tres posibles escenarios, es decir, primer escenario: datos de un fin de semana (Sábado y Domingo), segundo escenario: datos de toda una semana (Lunes- Viernes) y tercer escenario: feriados.

DESGLOSE PROMEDIO DE OCUPACIÓN 2015 febrero				
DATOS	2015 marzo	ADULTOS	NIÑOS	3RA EDAD
DOMINGOS	309	210	70	25
SABADOS	124	94	21	9
LUNES	16	1	1	14
MARTES	44	18	19	7
MIÉRCOLES	19	7	5	7
JUEVES	71	25	43	3
VIERNES	32	11	20	1

*Debido a falta de información numérica formal no se presenta datos promedios de un feriado (la información recaba es de lo que va del mes de marzo y no se cuenta con un feriado de por medio). Sin embargo, al momento de la investigación se comentó que en un feriado el promedio de visitantes en la laguna es de 2000 personas.

Según los datos presentados anteriormente se puede determinar que hay un alto porcentaje de visitas, se puede decir que las visitas están compuestas por el 90% de turistas nacionales y tan solo un 10% de turistas extranjeros, ya que en muchas de las ocasiones los turistas extranjeros no saben cómo llegar o no tienen el transporte adecuado para hacerlo y es por esto que los paseos o excursiones que realizan a cualquier reserva natural, en esta caso la del Antisana lo hacen por medio de agencias o guías turísticos.

Como esta atracción turística está ubicada noventa minutos de Cumbaya y a dos horas y treinta minutos de Quito aproximadamente para turistas tanto nacionales como extranjeros, planificar un paseo a esta zona requiere comodidades como un buen lugar donde comer y dormir independientemente de las actividades que deseen realizar ahí. Es aquí donde este proyecto entra en acción, ya que como ya se mencionó anteriormente la Hostería hacienda ofrecería alojamiento y servicio de alimentos y bebidas para los turistas. La demanda del turista según las estadísticas buscan varias atracciones a realizar, ya sea tanto para un día como para dos.

La reserva Ecológica Antisana ofrece como actividades la pesca deportiva, caminatas por senderos y deportes de alta montaña siempre y cuando el grupo tenga un guía turístico que conozca la zona y tenga permisos previos o autorización para subir al paramo y poder

acampar ahí. De cualquier otra manera, está completamente prohibido el alojamiento en esa zona, por ende los turistas no tendrían donde pasar la noche. Además, en esta reserva solo se les permite consumir algún tipo de alimentos en las áreas ya asignadas para esto. En el proyecto en cuestión los turistas podrían quedarse en la hostería y hacer las mismas actividades o salir, es a elección de cada turista.

Sin embargo el objetivo es que el turista no se mantenga dentro de la hostería para realizar otro tipo de actividades por lo que también ofrecemos un servicio de actividades similar, es decir, pesca deportiva, caminatas por senderos y muchas actividades más; como por ejemplo cabalgatas, observaciones de animales y aves, senderos especializados para gente que prefiera dar paseos en bicicletas o solo que desee caminar, también se ofrece una experiencia diferente que es la interacción con la ganadería, como ser parte del proceso de ordeño o la elaboración de diferentes productos derivados de la leche, como lo es el queso. La Hostería es un destino en sí y habrá varias actividades para hacer. Si bien los atractivos turísticos cercanos son importantes, el lugar en si sería un destino y generaría una nueva demanda.

Debido a que dentro de la oferta encontramos únicamente, como competencia primaria, una Hostería Hacienda con similares condiciones y ofertas al proyecto propuesto.

4.2.2. Market Share

Hotel	Habitaciones	Fair Share	Market Share	ADR	OCC%	Noches-Habitación	PI
Hotel Hacienda Pinantura	15	21%	26%	\$ 153.33	65%	3559	1.27
Hostería Guaytara	16	22%	11%	\$ 105.00	25%	1460	0.49
Puembo Birding Garden	16	22%	30%	\$ 55.00	70%	4088	1.36
Hostería Airport Garden	25	35%	32%	\$ 35.00	48%	4380	0.94
	72	100%	100%	\$ 79.86	51%	13487	1.00

La cuota de mercado está relacionada con los esfuerzo de marketing realizados por la empresa por lo que hay varios factores a tener en cuenta como:

- Segmentación de mercado
- Localización geográfica de los clientes potenciales
- Reputación de la marca

En conclusión básicamente el conocer la cuota de mercado de una empresa es sumamente útil para los inversores y para los empresarios ya que se verá traducido en un aumento de clientes, ventas y, por consecuencia ingresos. En su mayoría una empresa con un market share grande tendrá menores gastos de operación y por ende esta será más rentable.

5. Pronostico de ingresos y gastos

5.1. Inversión Inicial del Proyecto

Para el análisis de factibilidad se ha tomado en cuenta todos los rubros de la inversión inicial para el proyecto, por lo que se ha estipulado que se deberá invertir un total de \$994,130.80,

lo que incluye el alquiler del terreno, infraestructura, equipamiento, entre otros. (Véase, Anexo 9 para mayor detalle).

5.2. Gastos proyectados

Se ha determinado que los costos de servicios básicos será de \$34,560.00 anuales lo que comprende agua y electricidad.

El total de los gastos de nómina es de \$78,789.60 anual lo cual comprende todos los salarios de los 16 empleados que se tendrá en la hostería incluyendo mucamas, recepcionista, meseros, chef, asistente de chef, cocineros, Bartender, administrador y guardias de seguridad.

Por otro lado, se prevé gastos administrativos de \$3,600.00 anuales y gastos de marketing y publicidad de \$1,986.00 anuales. Los costos de insumos de limpieza y amenities suman un total al año de \$189,000.00. Además, el costo de venta para la operación de alimentos y bebidas será de \$108,772.11. Para finalizar se ha estipulado un costo de alimentación de personal anual de \$57,600.00. (Véase ANEXO 10 para mayor detalle).

5.3. Ingresos proyectados

Se ha determinado que las tarifas de las habitaciones son las siguientes:

- Habitación doble: \$100
- Habitación triple: \$150
- Habitación cuádruple: \$200

Cabe mencionar que este precio incluye IVA y es un precio todo incluido, es decir que incluyen todas las comidas.

Por otro lado, se ha determinado que el precio de venta del menú del restaurante para clientes externos será de \$17,50. (Véase Anexo 11 para mayor detalle)

5.4. Estado de P&G y Flujos de Caja

Para la realización de dichos cálculos se realizó tres diferentes escenario, el pesimista, normal y optimista. Para mayor referencia véase en: ANEXO 12, 13, 14

6. Análisis de la rentabilidad del proyecto

Después de haber realizado un detallado estudio de factibilidad, se realizó un análisis de todos los ingresos y gastos que este proyecto representaría. Por esta razón se realizó varios flujos de caja en diferentes escenarios, tales como, un flujo de caja pesimista, normal y optimista.

Con referencia al escenario pesimista se ha previsto que el porcentaje de ocupación sería de un 40% en cuanto a las habitaciones y una rotación del 50% en el restaurante. Con estos parámetros se determinó que el proyecto si es factible debido a que el VAN obtenido es de \$52,253.53 y el TIR tiene un valor del 9.49%. Cabe mencionar que a pesar de que la tasa bancaria tomada en cuenta es del 8.45%, la tasa interna de retorno del proyecto no es

mucho más alta, pero muestra que el proyecto aun así es rentable. También se han tomado en cuenta indicadores financieros de la industria hotelera como lo son el RevPar, GopPar y ADR que en este caso arrojan cifras de \$61.33, \$46.73 y \$230.00, respectivamente. Por otro lado, también es importante mencionar que el periodo de recuperación del capital sería de 6.13 años y el payback descontado es de 9.03 años. (Véase Anexo 12 para mayor detalle).

Refiriéndose al escenario normal se ha previsto que el porcentaje de ocupación sería de un 65% en cuanto a las habitaciones y una rotación del 70% en el restaurante. Con estos parámetros se determinó que el proyecto sería muy rentable ya que el VAN obtenido es de \$865,667.61 y un TIR del 23%. Esto muestra un escenario bastante positivo y atractivo para el inversionista ya que muestra una alta rentabilidad. También se han tomado en cuenta indicadores financieros de la industria hotelera como lo son el RevPar, GopPar y ADR que en este caso arrojan cifras de \$99.67, \$76.00 y \$149.50, respectivamente. Por otro lado, también es importante mencionar que el periodo de recuperación del capital sería de 4.03 años y el payback descontado 5 años. (Véase Anexo 13 para mayor detalle).

En cuanto al escenario optimista se ha previsto que el porcentaje de ocupación sería de un 85% por parte de las habitaciones y una rotación del 90% en el restaurante. Tomando en cuenta estos parámetros, el proyecto resulta muy rentable y atractivo ya que arrojan cifras del VAN y TIR de \$1, 627,641.08 y 35%, respectivamente. También se han tomado en cuenta indicadores financieros de la industria hotelera como lo son el RevPar, GopPar y ADR que en este caso arrojan cifras de \$130.33, \$103.48 y \$150.38, respectivamente. Por otro lado,

también es importante mencionar que el periodo de recuperación del capital sería de 3.01 años y el payback descontado es 3.11 años. (Véase Anexo 14 para mayor detalle).

Por último, se tomó en cuenta el punto de equilibrio tanto de habitaciones que se necesitarían vender como de menús en el restaurante. Es por esto que se tienen dos diferentes puntos de equilibrio que resultan en que, se deberían vender un mínimo 4 habitaciones y 29 menús diarios.

DISEÑO Y ARQUITECTURA

1. Datos Técnicos:

Tamaño del terreno: 1.25 hectáreas

Dentro de este terreno se puede construir en todo el terreno a lo largo y en un solo piso.

Se necesita que sea a lo largo y con todas las habitaciones con ventanas y vista hacia el norte ya que hacia allá se encuentra una vista maravillosa del páramo y ciertas montañas.

Tipo de suelo: franco – arcillo – arenoso

Número de habitaciones: 15

A continuación se presentan la división de las diferentes áreas del lugar.

- Revenue producing áreas
 1. 15 habitaciones
 2. Restaurante con 50 puestos
 3. Cocina

2. Parqueadero privado

- Non-Revenue producing áreas
 1. Lobby
 2. Bodega cocina
 3. Bodegas limpieza
 4. Oficinas
 5. Área de empleados

6. Parqueaderos privados
7. Baños
8. Lavandería
9. Pasillos

3. Programa de espacio

AMBIENTES	CUADRO DE AREAS	
	CANTIDAD	AREA
1. ZONA DE HOSPEDAJE		
MATRIMONIALES	5	24m2
DOBLES	4	24m2
CUADRUPLES	6	24m2
TOTAL		360m2
2. ZONAS ADMINISTRATIVAS		
OFICINA GERENTE GENERAL	1	11m2
OFICINA CONTADOR	1	10m2
OFICINA JEFE DE PERSONAL	1	10m2
SALA DE EMPLEADOS	1	13m2
COMEDOR DE EMPLEADOS	1	28m2
HABITACIONES DE EMPLEADOS	4	62m2
TOTAL		134m2
3. ZONA DE SERVICIOS		
ESTACIONAMIENTOS PUBLICOS	30	1050m2
ESTACIONAMIENTOS PRIVADOS	10	230m2
LAVANDERIA	1	23m2
COCINA	2	64m2
BAÑOS	4	50m2
BODEGAS Y ALMACENAMIENTO	3	49m2
TOTAL		1466m2
4. ZONA COMPLEMENTARIA		
TERRAZA	1	106m2
RESTAURANTE	1	70m2
CAFÉ-BAR	1	38m2
JUEGOS INFANTILES	1	180m2
TOTAL		394m2
5. ZONA PUBLICA		
LOBBY	1	73m2
TOTAL		73m2
TOTAL AREAS CONSTRUIDAS		2427m2

3.1. Guestroom floor

1. El porcentaje que representan las 15 habitaciones es del 75% con respecto a los espacios públicos que las rodean (25%). Se ha planteado un diseño de la hostería a lo largo ya que como se ha mencionado antes se requiere que todas las habitaciones tengan ventanas hacia el norte para que todas puedan disfrutar del paisaje del páramo que está para ese lado. Debido a que la construcción está planificada para que sea en un solo piso no habrá trasportación vertical dentro de lo que es el guestroom floor. Todas las habitaciones se encuentran en un solo piso al igual que el restaurante y el lobby.
2. La forma arquitectónica de las habitaciones que se ha determinado para este proyecto es cuadrada, ya que es lo más efectivo para optimizar espacio según las necesidades del cliente, tomando en cuenta su dimensionamiento, mobiliario y equipo. A continuación se presenta el guestroom mix:

Habitaciones Dobles	5
Habitaciones Triples	4
Habitaciones cuádruples	6

Todas las habitaciones contarán con una cama matrimonial de 2 plazas y media. Para las habitaciones triples se contará con una cama

adicional de 1 plaza y media y para las habitaciones cuádruples serán dos camas adicionales de 1 plaza y media. El diseño de las habitaciones será muy rústico ya que se quiere dar al cliente una experiencia auténtica de hacienda y naturaleza. Los colores de las paredes deben ser cálidos debido al clima frío que se experimenta en esta área. Se ha determinado un área de 27 m² por habitación para que sea un tamaño cómodo para el huésped pero también que se caliente de forma rápida para dar al cliente la mejor y más cómoda experiencia.

3.2. Public Spaces Design

La experiencia del huésped empieza por el impacto que le ocasiona la fachada del hotel. El proyecto se llevará a cabo en Pintag una zona rural, por lo que la fachada deberá tener mucha armonía con la naturaleza, la construcción será hecha de madera aserrada, con la cual es trabajada para darle una forma geométrica determinada.

En cuanto al lobby, hay dos factores esenciales para que un diseño sea exitoso. Primero está el impacto visual del lugar y segundo su funcionalidad. Al momento que el huésped entra al lobby, se encontrará con la recepción, este deberá tener un espacio de visibilidad desde el pasillo a las habitaciones, entrada principal y restaurante. Así mismo para evitar el tráfico de personas y se pueda circular con facilidad, es esencial que la recepción tenga al menos 4 metros de libre circulación. El huésped una vez que ya hizo su check-in encontrará a mano

izquierda el pasillo que lo guiará así su habitación. Al lado izquierdo del lobby encontraremos con una pequeña sala y frente a la sala será la entrada al restaurante.

Los puntos de venta de alimentos y bebidas serán principalmente dos, un restaurante y un bar localizado en el área de recreación. Estas estarán alejadas de las habitaciones, ofreciendo mayor contacto con la naturaleza. Parte del proyecto es realizar caminatas a los alrededores, cabalgatas guiadas, fogatas y miradores. El parqueadero se ubicará en la parte izquierda de la entrada principal de la hostería.

Por otro lado, se va a construir un huerto en el lado izquierdo del hotel, ya que parte del concepto del proyecto es tener productos propios cultivados para la elaboración de los platos y también brindar al huésped una experiencia diferente.

3.3. Back of the House

3.3.1. Descripción de la Cocina

La idea de la cocina es que sea vista al público (con un vidrio). Para optimizar la productividad los empleados dejarán los platos sucios todos hacia el lado derecho (posillera) y continúen hacia el lado izquierdo para recoger los nuevos platos, haciendo el flujo de personal más efectivo y rápido.

En la parte de atrás habrá una cocina industrial con mesas de apoyo para poder montar los platos, bebidas y demás. En la parte de atrás al lado derecho se encuentra el cuarto frío y a

su lado izquierdo, existe otro mesón con un pequeño sector donde que encuentra todo lo que es mantelería, platos, cubiertos, etc.

Al final de la cocina estará la bodega central, donde se almacenará el resto de los productos como por ejemplo arroz, azúcar, pan y enlatados.

3.3.2. Área de Bodegas

Se tendrá una bodega general, una bodega pequeña para el bar y dos bodegas de limpieza, una en la parte de servicio y otra ubicada a un costado de las habitaciones.

3.3.3. Oficinas

Las oficinas de administración se encuentran en la parte de atrás de la recepción, siendo este privado y sin vista al público, ya que no necesita tener un contacto directo con el cliente.

3.3.4. Recibidor y Basura

El recibidor y la basura estarán en la parte trasera de la cocina, teniendo una ubicación en la primera parte de los parqueaderos, logrando mayor eficiencia en la recolección de basura y su limpieza, es decir, que no exista ningún tipo de molestia o incomodidad para el huésped. Debido a que este espacio estará al lado del parqueadero de huéspedes se considerará cerrarlo de manera natural (árboles) para que no esté visto al público.

3.3.5. Área de los Empleados

El área de empleados se encontrara separada de la infraestructura completa de la hostería, al lado de la recepción y oficinas. Este lugar tendrá un área de descanso para los empleados, con comedor privado y cuartos para ciertos empleados de turno, como recepcionistas y seguridad.

3.3.6. Lavandería y Housekeeping

La lavandería estará en el área de servicio, cerca del cuarto de máquinas y de la bodega de limpieza.

3.3.7. Mantenimiento

Cuarto de máquinas estarán en el área de servicio

*Para mayor información sobre los planos arquitectónicos, véase ANEXO 15

PROGRAMA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

1. Restaurante

Este proyecto cuenta con un restaurante con una capacidad de 50 pax. Se servirá desayuno, almuerzo y cena. El menú se presenta a continuación.

1.1. Menú

Se ha considerado hacer un todo incluido para los huéspedes de la hostería, es decir que dentro del precio de venta de la habitación se incluye todas las comidas. Para el desayuno se ha considerado mantener un desayuno casero, típico de hacienda que incluya lo siguiente:

- Leche
- Café
- Jugos naturales
- Pan
- Nata
- Mermelada

El menú que se ofrecerá para almuerzos y cenas es el siguiente:

- Entradas
 - Empanadas de viento
 - Locro
- Platos fuertes

- Churrascos
- Lomo
- Pollo
- Postres
 - Cheesecake de higos
 - Helado

1.2. Costos generales y Precios de venta

Después de realizar recetas estándar para cada plato del menú presentado anteriormente, se ha podido establecer un costo de venta promedio del menú.

El desayuno arroja un costo de venta de \$1.09.

El menú de almuerzo y cena arroja un costo de venta de \$4.95.

(Véase Anexo 16 para mayor detalle).

También se ha tomado en cuenta los clientes que irán solamente a consumir en el restaurante. Para esto se da fijado un precio del menú en \$17.50, lo que incluye entrada, plato fuerte y postre.

RECURSOS HUMANOS

3.3.8. Cultura organizacional

Misión

Alcanzar el primer lugar como la mejor hostería hacienda, con un excelente servicio y calidad dentro de un ambiente natural; brindar al cliente una experiencia única juntando así la ganadería. Proporcionar un ambiente agradable y servicio de excelencia a huéspedes nacionales y extranjeros para lograr la consolidación en la preferencia de los clientes.

Visión

Ubicarnos en un mercado nacional y extranjero, con un alto reconocimiento por la calidad del servicio prestado, generando así altos retornos financieros a la inversión de los accionistas.

Valores:

- **PASION:** Al trabajo que realizamos y para convertir las ideas en realidad.
- **HONESTIDAD:** En cada una de nuestras actividades.
- **DISCIPLINA:** En cada actividad para mantener Calidad Total.
- **RESPONSABILIDAD:** Al ejecutar cada trabajo, proyecto o atención técnica con compromiso con nuestros clientes y empresa.
- **SOLIDARIDAD:** para trabajar en armonía.

- TRABAJO EN EQUIPO: Al tener un grupo cohesionado, comprometido y apoyándose entre sí.
- LEALTAD: con nuestra empresa y clientes.
- CONFIDENCIALIDAD: De la información.
- COMPROMISO: Con nuestros planes y metas organizacionales, así como las personales. Ser constantes hasta alcanzar el éxito.
- HONRADEZ: En todos nuestros actos y quehaceres privados y públicos.
- PUNTUALIDAD: En cumplir con nuestros compromisos y promesas.
- EXCELENCIA PROFESIONAL.
- ENFOQUE Y CULTURA EN Y PARA EL CLIENTE.

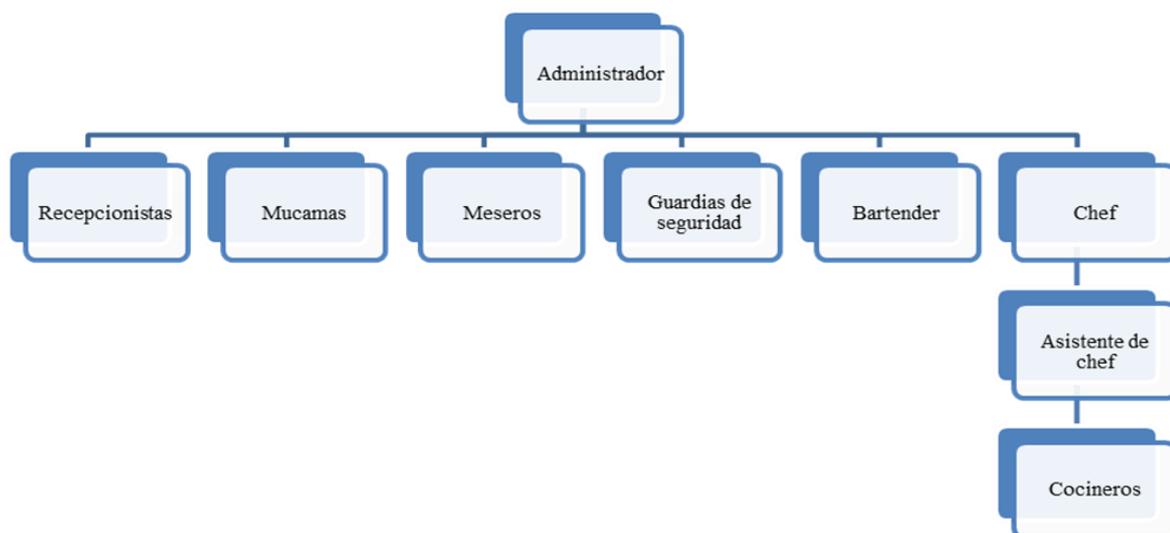
Objetivos:

- Objetivos principales:
 - a. Posicionamiento y reconocimiento en el mercado nacional y extranjero como la mejor hostería hacienda del Ecuador.
 - b. Adecuar nuestros servicios y productos a las necesidades de nuestro mercado meta.
 - c. Ofrecer a nuestros huéspedes la mejor atención de forma atenta y confiable.
- Objetivos secundarios
 - a. Llegar a ser el “top of mind” del consumidor.
 - b. Satisfacer al consumidor en su totalidad.

- c. Dominar el mercado de hosterías a nivel nacional.
- d. Conseguir los medios publicitarios correctos para hacer conocer a nuestra empresa.
- e. Que todo huésped que nos visite, tenga la intención de regresar.

4. Estructura Organizacional

La estructura de la Hostería será lineal, es decir, una estructura organizacional simple en la que hay un solo jefe que da las directivas y órdenes al resto de los empleados. Existe una responsabilidad directa e inmediata, ya que los subordinados dependen de un solo superior. Posee una jerarquización en la cual los superiores son obedecidos por sus respectivos subalternos.



*Posee una estructura piramidal.

Ventajas:

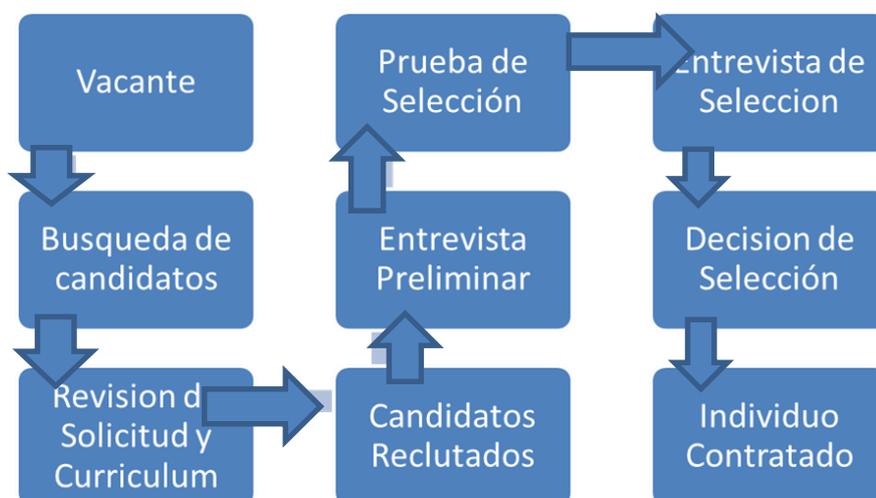
- Control directo e inmediato
- Subordinación jerárquica: no existe posibilidad de interferencia
- Relación de autoridad clara

Desventajas:

- Falta de flexibilidad para el crecimiento de la empresa.
- Los niveles jerárquicos se vuelven difíciles de reemplazar y se vuelven imprescindibles.

5. Reclutamiento y Selección

Será el proceso por el cual se tratará de atraer al mayor número de solicitantes capacitados, con las debidas necesidades y atribuciones estipuladas por la Hostería para aquellos que soliciten empleo en la organización. Los planes de reclutamiento, selección, capacitación y evaluación de los solicitantes se presentará a continuación en el siguiente diagrama.



Tan pronto como se abra una vacante o exista una posible disposición de un puesto de trabajo, dicha solicitud debe ser entregada al administrador y éste se lo presentará al directorio. Además de que si existiera la necesidad de contratar a un nuevo empleado, éste debe buscar al candidato por su propia cuenta.

El Administrador será el encargado mensualmente de considerar cualquier pago extra a los trabajadores; tales como horas extras, contratación eventual y temporadas especiales (navidad o año nuevo).

El proceso de selección busca la eficiencia y la adecuación del hombre al cargo. Es determinante conocer las diferencias individuales de cada persona, tanto físicas (estatura, fuerza, agudeza visual y auditiva, etc.) y de comportamiento para la posición vacante. Para iniciar este proceso los candidatos deben llenar un formulario de solicitud de empleo el cual será una ayuda para futuras entrevistas.

La entrevista es de lo más importante para la contratación de cualquier empleado ya que los entrevistadores obtienen información sobre el solicitante y el solicitante obtiene información sobre la organización. Sus propósitos son: conocer personalmente al individuo y conocer los juicios sobre el entusiasmo e inteligencia del solicitante.

Para la decisión de selección es esencial comunicar al candidato que ha sido seleccionado para el puesto de trabajo y cuándo será la fecha de inicio para este. Igualmente es necesario informar a los demás candidatos que no fueron seleccionados para el puesto.

Un buen candidato destaca en el proceso con la mejor prueba de selección que se realizó de manera adecuada.

6. Descripción de puestos (cargos altos)

4.1. Job Description

- **Administrador**

Horario de Trabajo:

De Martes a Viernes en horario de oficina. De Jueves a Sábado en horario nocturno, con necesidad a trabajar en otros horarios especiales en caso de eventos especiales.

Salario:

De acuerdo al contrato de trabajo.

Reporta a:

Directorio

Número de personas a su cargo:

2 mucamas, 2 recepcionistas, 3 meseros, 1 Chef y un Bartender

Cualidades:

Excelente presentación personal, puntualidad, iniciativa, recursivo, organizado, don de mando, amabilidad y cortesía, manejo de relaciones humanas, destreza manual, creatividad, honradez, percepción olfativa, gustativa y táctil, coordinación, de carácter alegre, dinámico, excelente observador y expresión oral.

Experiencia:

Mínimo 2 años en áreas iguales o de la industria del servicio.

Educación:

Título universitario en alguna carrera que se relacione con las necesidades del trabajo.

Responsabilidades:

Acudir al trabajo puntualmente, con una excelente presentación personal, actitud positiva de servicio y hacia el trabajo, demostrando habilidad, cortesía y buen estado de ánimo.

Iniciar el turno de trabajo enterándose de eventualidades, detalles específicos y a considerar y asuntos pendientes.

Conocer el manejo del material y equipo en su puesto de trabajo.

Conocer el uso correcto de la terminología usada en la Hostería.

Conocer perfectamente las bebidas del menú, así como los ingredientes con que están preparados.

Supervisión de la barra, bartenders, el servicio brindado y la calidad de los productos vendidos.

Supervisión de las compras y del inventario general de la empresa.

Manejo de toda la publicidad e imagen tanto interna como externa de la Hostería.

Coordinar con el personal de mercadeo (director comercial) toda actividad relacionada al medio y la supervisión de los convenios y/o contratos con las empresas afiliadas a la Hostería.

Manejar, coordinar, supervisar, todo lo relacionado a los auspicios por parte de los auspiciantes. Mantener una excelente relación con ellos y mantenerlos al tanto de lo que se hace en la Hostería y coordinar nuevas actividades, al igual que cualquier forma de mejorar su acercamiento y confianza.

Estar al tanto de lo que hace el mercado competitivo y estar siempre un paso adelante.

Manejo total de la base de datos y su constante actualización, expansión y canje con empresas amigas.

Estar a cargo de las relaciones públicas del bar.

Supervisar y conseguir nuevos auspicios / convenios y lograr montos económicos para el bar.

Coordinar, supervisar y sacar adelante los convenios con las empresas para mejorar la experiencia de nuestros clientes, y conseguir intercambios que logren dar un valor agregado a esas visitas.

Sacar adelante proyectos que le den un realce al trabajo y al producto que se ofrecen en la Hostería.

Supervisar todo convenio que se firme en la Hostería y ofrecer mejores alternativas si lo es necesario.

Al tanto de toda la imagen interna y externa del bar.

Pintura, limpieza, decoración, y supervisar su mantenimiento.

Ayudar a determinar los pagos más importantes y supervisar los pagos a los proveedores así como las facturas entrantes

Presentar reportes semanales o cada vez que sea necesario a los dueños para mantenerlos informados de cualquier innovación, cambio, novedad, posibles eventos, y necesidades dentro y fuera de la Hostería.

Coordinar con los dueños las eventualidades, tareas a realizar, compras extraordinarias, demás temas de importancia para su discusión.

Crear constantemente nuevos paquetes o promociones para los clientes.

Analizar los resultados de las encuestas y crear y mantener un resumen estadístico de los mismos.

Realizar reservaciones.

Responder en forma solidaria por equipos de trabajo y por el manejo de información confidencial, documentos y valores propios del local.

Capacitar constantemente al personal en todas las áreas necesarias para poder lograr los estándares de servicio y calidad requeridos por la Hostería.

Coordinar y comunicarse con los miembros de seguridad para advertir o llamar la atención de posibles problemas, o clientes de riesgo.

Despertar la necesidad del cliente de regresar al local, motivado por la calidad del servicio y el trato amable brindado por el personal, al igual que por la calidad de sus productos ofertados.

Será considerada falta grave la aceptación de sobornos, robo y/o cualquier actitud que afecte de manera directa o indirectamente el correcto funcionamiento de la Hostería y de los compañeros.

Realizar cualquier otra tarea necesaria para la operación normal del local.

Objetivos:

Lograr que la Hostería sea “La Hostería” en todas sus formas, ambiente, seguridad, calidad, servicio, precios, comodidad, innovación etc.

Mantener los costos los más bajos posibles y sacar la mejor utilidad posible sin excederse ni costarle al cliente mucho durante su momento de esparcimiento.

Llegar a tener al personal capacitado e informado de los eventos y eventualidades dentro de la empresa.

Que la rotación de personal sea mínima, y su lealtad la mayor posible.

Crear una clientela fija y estable y que la misma se sienta siempre identificada con la Hostería.

Ser la segunda casa de nuestros clientes y sus amigos (as).

Equipo de trabajo:

Los básicos de cualquier oficina, Internet, computadora, y el apoyo incondicional de sus compañeros de trabajo.

Condiciones de Trabajo:

El lugar de trabajo presenta espacio físico e iluminación adecuada, ventilación suficiente, ambiente cálido. Disponibilidad para trabajar con horario nocturno y periodos de fiesta, y estar dispuesto a lidiar con grandes cantidades de personas alrededor de uno. Poder lidiar con clientela en estados alterados, de alcoholismo o demás.

Riesgos:

El cargo puede generar caídas, cortaduras, stress, y confrontaciones con clientes.

- **Chef Ejecutivo:**

Horario de Trabajo:

De Lunes a Viernes en horario de oficina. Con necesidad a trabajar en otros horarios (en especial nocturnos) en caso de eventos especiales.

Salario: De acuerdo al contrato de trabajo.

Reporta a:

Administrador

Número de personas a su cargo:

Todo el personal de la cocina en el restaurante.

Cualidades:

Excelente presentación personal, puntualidad, iniciativa, recursivo, dedicación al servicio, responsabilidad, organizado, don de mando, amabilidad y cortesía, destreza manual, creatividad, honradez, percepción olfativa, gustativa y táctil, coordinación, de carácter alegre, dinámico, excelente observador y expresión oral.

Experiencia:

Mínimo varios años de experiencia en áreas iguales o de la industria del servicio.

Educación:

Título de bachiller y universitario en alguna carrera que se relacione con las necesidades del trabajo.

Responsabilidades:

1. Realizar cualquier otra tarea necesaria para la operación normal del local.

2. Diseño de cada departamento y contratación de todo el personal bajo su mando
3. Diseño de los estándares de compras en conjunto con el jefe de compras.
4. Elaboración de todas las recetas estandarizadas.
5. Diseño de menús.
6. Manejo de estándares de higiene de todos los víveres (recepción de mercadería).
7. Control de estándares de seguridad industrial e infecciones.
8. Control de calidad en la elaboración de todos los alimentos.
9. Procedimientos estandarizados de producción.
10. Control de inventarios.
11. Control de todas las bodegas en conjunto con el jefe de bodegas.
12. Control de costos en conjunto con el jefe de costos.
13. Elaboración de horarios de todos los departamentos en conjunto con cada chef de departamento.
14. Elaboración de banquetes en conjunto con el chef de banquetes, el coordinador de banquetes y el director de alimentos y bebidas.

Objetivos:

Mantener los costos los más bajos posibles.

Llegar a tener al personal capacitado de acuerdo a las áreas de trabajo establecidas.

Que la rotación de personal sea mínima, y su lealtad la mayor posible.

Crear una clientela fija y estable y que la misma se sienta siempre identificada con el restaurante.

Ser la segunda casa de nuestros clientes y sus amigos (as).

Equipo de trabajo:

Los básicos de cualquier cocina, productos, ingredientes, utensilios, etc. y el apoyo incondicional de sus compañeros de trabajo.

Condiciones de Trabajo:

El lugar de trabajo presenta espacio físico e iluminación adecuada, ventilación suficiente, ambiente cálido. Disponibilidad para trabajar con horario nocturno y periodos de eventos, y estar dispuesto a lidiar con grandes cantidades de personas alrededor de uno.

Cumplimiento de las políticas, normas y procedimientos implementados para cada una de las áreas de su cocina. Buen uso de las instalaciones.

Riesgos:

El cargo puede generar caídas, cortaduras, stress, y confrontaciones con clientes.

PLAN DE COMUNICACIÓN DE MARKETING

Un plan estratégico de comunicación de marketing debe estar diseñado para servir como plataforma de una empresa externamente e internamente. Este puede ser utilizado tanto para campañas, lanzamientos (productos y servicios) y para la organización de la empresa. Es primordial tener la confianza, de que toda experiencia y mensaje que los clientes tienen de la empresa sea buena y positiva, dando una alta reputación y valor de la empresa.

6.1. Medios:

- Medios Audiovisuales
 - Televisión
 - Cine
- Medios impresos
 - Trípticos
 - Flyers
 - Volantes
- Medios digitales
 - Internet
- El carácter de cada medio se divide en medios:
 - Informativo
 - Entretenimiento
 - Análisis
 - Especializado

Los medios digitales es el medio menos costoso para comunicar al mercado “quienes somos, que hacemos y que ofrecemos”. TripAdvisor está categorizada como el sitio web con más influencia en los viajeros en cuanto a toma de decisiones. Por este motivo la mayoría de nuestras estrategias de marketing estarán enfocadas en este sitio web. El objetivo principal es posicionarse en la página principal de TripAdvisor al iniciar la búsqueda de hospedaje con la palabra Quito.

6.2. Estrategias de comunicación

- **Estrategias del mensaje**

La importancia del mensaje es identificar “como me voy a posicionar”. De esta forma, el mensaje de la hostería enfatizará las actividades de recreación en un ambiente natural junto con un excelente servicio.

- **Estrategia para el público**

El mercado target al cual se apunta es sin duda los viajeros de ocio (leisure travelers), aventureros y familiares. Este es el mercado meta de la hostería dado que el concepto de la misma ofrece actividades recreacionales por la mañana, tarde y noche, que son un atractivo interesante para los huéspedes.

- **Estrategia de aplicación**

El medio que se utilizará será digital como se mencionó anteriormente con TripAdvisor, pero también se cubrirán las redes sociales como Facebook y Twitter.

Razones por las que se ha escogido medios digitales:

- Selectividad alta
- Costos bajos
- Impacto inmediato

Como hotel se sabe que la imagen es extremadamente importante, por ende se necesitan buenas estrategias y buena comunicación para tener una buena imagen. Para lograr este objetivo es necesario ofrecer un excelente producto junto a un memorable servicio, es así que la formula se modifica de la siguiente forma: una buena estrategia junto con un buen producto y saber comunicar dará una buena imagen. De esta forma hay que tener una buena estrategia y ofrecer un buen servicio para comunicar y reflejar la imagen como hostería. En este negocio lo más importante es crear experiencias memorables para los huéspedes por lo que se concluye con la siguiente formula:

Experiencias personales en los comentarios de TripAdvisor creará una excelente percepción o imagen (Schiffman & Kanuk 2010). La percepción del consumidor se basa en lo que ve y lee en TripAdvisor, lo cual genera una imagen hacia el hotel, sea positiva o negativa.

Electronic Word of mouth (eWOM) en los últimos años se ha convertido en el componente de decisión de comunicación y marketing por medio de blogs, networks y online reviews. El consumidor percibe esto por fuentes primarias y muy confiables, como también información proveniente de familiar y de amigos por medios tradicionales. Es por este motivo que los reviews u opiniones tienen una fuerte influencia en las decisión del consumidor en el momento de compra de un producto o servicio y por ende afecta al rendimiento de todos los hoteles (Blal & Sturman 2014).

Existe un estudio (2010) que indica que el 35% de usuarios cambiaron sus decisiones después de leer los comentarios en TripAdvisor. Además los consumidores dependen de las experiencias de otros (eWOM) para estimar la calidad de servicio (Blal & Sturman 2014).

Los motivos mencionados anteriormente muestran la importancia de la imagen de un establecimiento, la cual se da por la percepción que se adquiere de TripAdvisor. Por este motivo la estrategia para este proyecto se basará en un evento muy bien presentado a los invitados por motivo de apertura de la hostería. Se les pedirá a los invitados que por favor hagan un comentario de su opinión de la misma según su experiencia del evento.

Otra estrategia en cuanto a comunicación, consistirá en asociarse con las agencias de viajes y llegar a un acuerdo donde se pueda distribuir trípticos en sus establecimientos. You Travel, informa que cobraría aproximadamente \$45 mensuales por ser centro de distribución. En Quito-Ecuador se destacan las siguientes agencias de viajes:

- Metropolitan Touring
- Sol Caribe
- Delgado Travel
- Ecuador Club Travel
- You Travel Agency
- Spring Travel
- BM Tours
- Kaynami
- Millenium Travel

6.3. Presupuesto

Se utilizará publicidad impresa. La promoción por medios visuales no tiene tanta retención por el consumidor por el nivel de involucramiento. Por lo tanto se diseñará un tríptico con toda la información del negocio.

Por otro lado, se considera que promocionar la marca es importante por la percepción y la actitud que se busca que el mercado tenga, que sea favorable. Por este motivo los stickers serán parte de la campaña de promoción, los cuales se distribuirán en la hostería gratuitamente y si es posible en agencia de viajes.

Las gigantografías se colocarán en zonas interiores y exteriores de la propiedad. La finalidad de las gigantografías será para promocionar el restaurante, las habitaciones y las actividades recreacionales que se ofrecen.

Por último, las tarjetas de presentación son muy importantes para crear contactos dentro y fuera de la industria hotelera, lo que se conoce como networking.

El presupuesto proyectado de Mercadeo es de \$165.50 mensual, lo que resulta en \$1986 anuales. (Véase Anexo 17 para mayor detalle).

Se conoce la importancia de tener la propiedad publicada en TripAdvisor, pero este factor no incide en el presupuesto proyectado, ya que se lo publica de manera gratuita (Véase Anexo 18 para información sobre el proceso de inscripción de TripAdvisor).

PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO

.La inversión total del proyecto es de \$994,130.80.

Véase a partir del ANEXO 9.

CONCLUSIONES

Después de haber realizado un exhaustivo análisis de factibilidad del proyecto, se llegó a la conclusión de que el Hotel Hacienda Pinantura es altamente rentable en todos los escenarios (normal, optimista y pesimista) por los indicadores financieros tales como el VAN y TIR. El proyecto muestra en un escenario normal el Valor Actual Neto de \$865,667.61 USD y un TIR del 23%.

El segmento de mercado meta de este proyecto ha mostrado la viabilidad del mismo. En su porcentaje Pichicha muestra un 63,38% del total destinos visitados en el país por lo que a representado una oportunidad considerable para el proyecto. En los cuales el Hotel Hacienda Pinantura apunta a los viajeros de ocio, familiares y aventureros nacionales e internacionales por el auge del turismo de aventura, ecoturismo y agroturismo en Ecuador, el cual el proyecto busca explotar. Por otro lado después de una análisis de la oferta en la industria, identificamos tan solo una hostería cercana al proyecto, en el cual juzgando su porcentaje de ocupación tan bajo demuestra las posibles fortalezas y mejoras al proyecto en base a la competencia para obtener un éxito rotundo.

La situación política actual del país es crítica, no obstante la tendencia a la inversión en el sector turístico se proyecta a seguir creciendo, es el caso claro de la promoción del país a nivel internacional y nuevas carreteras como la Ruta Viva que en gran manera facilitan el acceso al proyecto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baquero, R. (2015). *¿Es Ecuador en su mayoría de clase media?* Recuperado el 29 de marzo de 2015 desde <http://rtbo99.blogspot.com>
- Carrera, F. (28 de febrero del 2013). *Avalúo de la Hacienda "La Cocha de Pinantura", de propiedad de Agroindustrial Obragro Sociedad Anonima*. Quito, Ecuador.
- Concejo Metropolitano de Quito. (12 de agosto de 2003). *Ordenanza 345*. Recuperado el 30 de marzo de 2015 desde http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%20C3%91OS%20ANTERIORES/ORD-3457%20-%20NORMAS%20DE%20ARQUITECTURA%20Y%20URBANISMO.pdf
- Cornel Hospitality Quarterly 2014, Blal & Sturman, The Difference Effects of the Quality and Quantity of Online Reviews on Hotel Room Sales. Vol. 55(4) 365-375.
- Merino, G., Naranjo, V., Sancho, J. (2015). *Investigación de Campo en la Laguna La Mica*.
- Ministerio del Ambiente. (2015). *Áreas Protegidas, Datos del año 2013*. Recuperado el 29 de marzo de 2015 desde <http://www.ambiente.gob.ec>
- Piedra, M. (2015). *Plan de Mercadeo de Termas de Papallacta S.A.* Quito, Ecuador.
- Schiffman & Kanuk , 2010, *Comportamiento del Consumidor*, Pearson, décima edición, pagina 342.
- Vela, J. (2015). Entrevista Personal. Ingeniero Civil.

Anexo

1. Entorno Macroeconómico

Anexo 1



Anexo 2



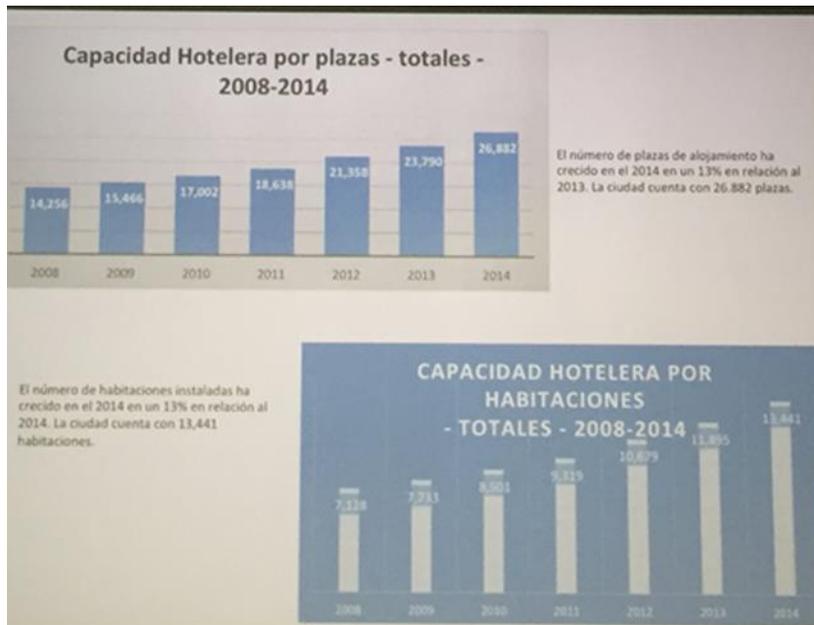
Anexo 3



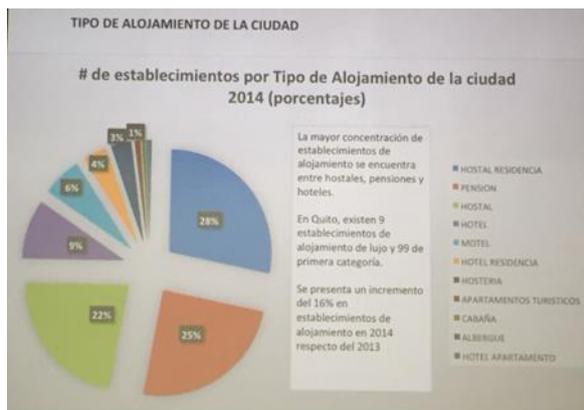
Anexo 4



Anexo 5



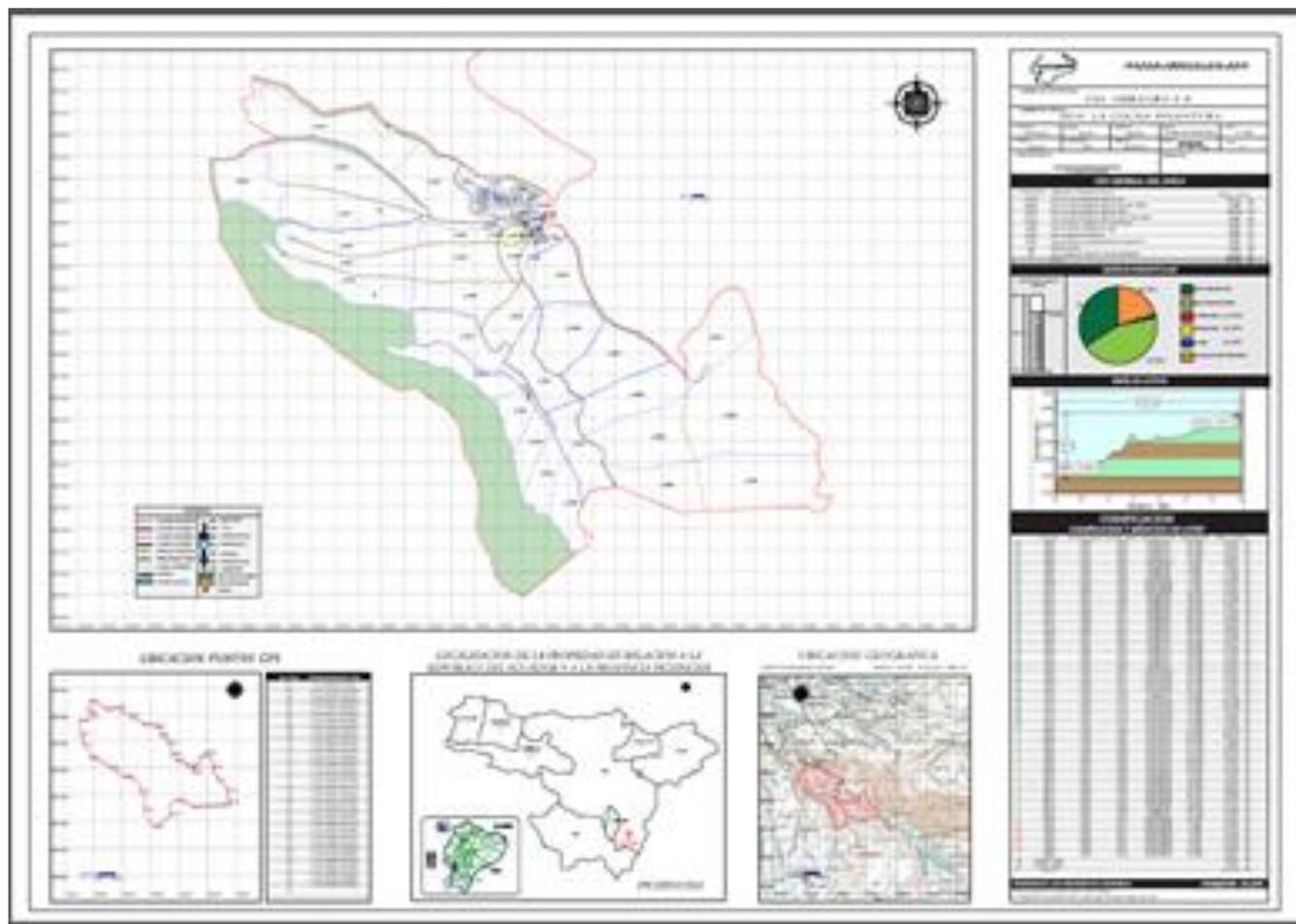
Anexo 6



2. Análisis de Sitio

Anexo 7

Mapa del Terreno



Anexo 8

Informe (Véase en las páginas a continuación)

Quito, 28 de Febrero del 2013.

Señor.

Roberto Merino

Gerente General de Agroindustrial Obragro S.A.

Quito.

Presente.

De mi consideración.

Adjunto al presente, sírvase encontrar el avalúo de la Hacienda "La Cocha de Pinantura", de propiedad de AGROINDUSTRIAL OBRAGRO SOCIEDAD ANONIMA., ubicada en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito, Parroquia Pintag, sector Pinantura..

Trabajo realizado el 27 de Diciembre del 2010.

Atentamente:

Ing. Fabián Carrera Moreno

PERITO – AVALUADOR

L.P. 02 P.I. 085

P.A.2002-066

S.C.RNP.077

RESUMEN GENERAL DEL AVALUO
HACIENDA "LA COCHA DE PINANTURA"

1.- DATOS GENERALES.

INSTITUCIÓN.- *Persona Jurídica*

SOLICITANTE: *Sr. Roberto Merino.*

Gerente General de Agroindustrial Obragro S.A

PROPIETARIA: *Agroindustrial OBRAGRO Sociedad Anónima.*

RESUMEN DEL AVALUO SUPERFICIE SEGUN ESCRITURA

<i>Pag</i>	<i>CONCEPTO</i>	<i>V/ Comercial</i>	<i>V/ Reposición</i>	<i>V/ Realización</i>
10	<i>Avaluo de la Tierra</i>	763.271,12	763.271,12	470.785,63
11	<i>Construcción.</i>	89.258,45	98.184,30	80.332,61
	VALOR TOTAL	852.529,57	861.455,42	551.118,23
	VALOR COMERCIAL	852.529,57		
	VALOR DE REPOSICIÓN	861.455,42		
	VALOR REALIZACIÓN	551.118,23		

RESUMEN DEL AVALUO SUPERFICIE SEGUN PLANO ADJUNTO

<i>Pag</i>	<i>CONCEPTO</i>	<i>V/ Comercial</i>	<i>V/Reposición</i>	<i>V/Realización</i>
11	<i>Avaluo de la Tierra</i>	915.965,93	915.965,93	564.967,79
11	<i>Construcción.</i>	89.258,45	98.184,30	80.332,61
	<i>VALOR TOTAL</i>	1.005.224,38	1.014.150,23	645.300,39
	<i>VALOR COMERCIAL</i>	1.005.224,38		
	<i>VALOR DE REPOSICIÓN</i>	1.014.150,23		
	<i>VALOR REALIZACIÓN</i>	645.300,39		

Ing. Fabián Carrera Moreno

PERITO – AVALUADOR

L.P. 02 P.I. 085

P.A.2002-066

S.C.RNP.077

*AVALUO A VALOR PRESENTE DE LA
HACIENDA “LA COCHA DE PINANTURA.”*

1.- DATOS GENERALES.

INSTITUCIÓN.- Persona Jurídica.

*SOLICITANTE: Roberto Merino.
Gerente General Agroindustrial Obragro S A.*

PROPIETARIA: Agroindustrial Obragro S.A.

Nombre del predio: "LA COCHA DE PINANTURA"

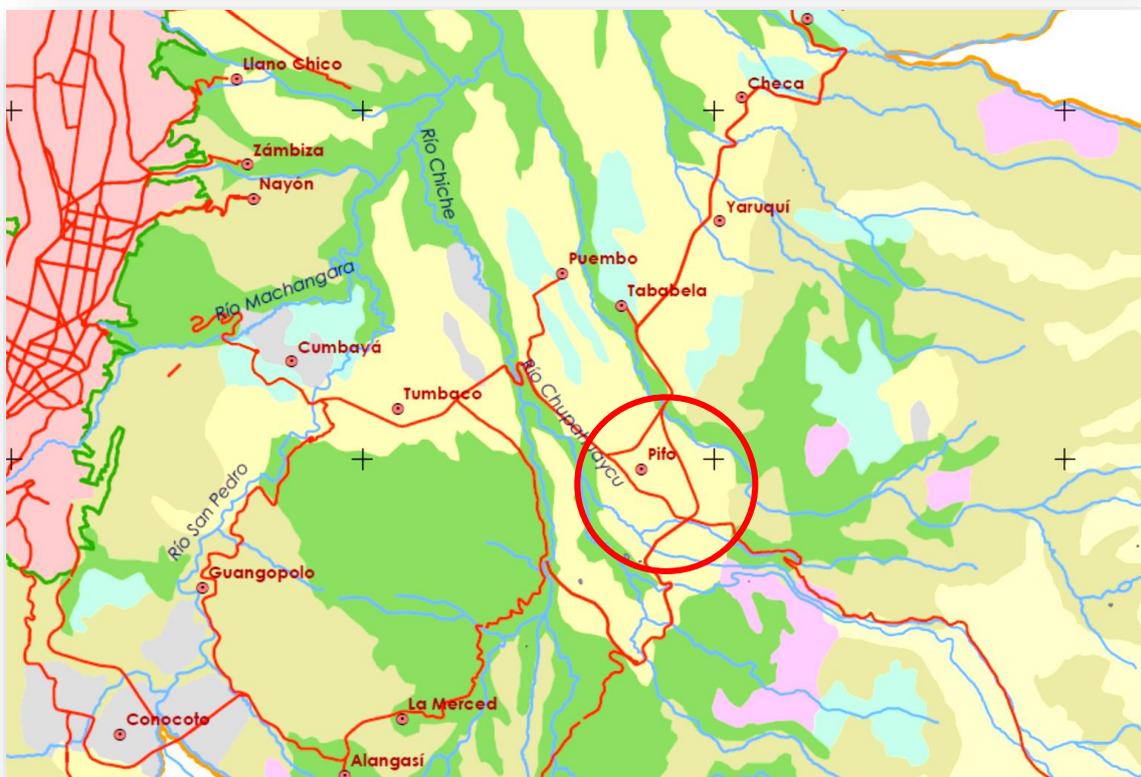
2.- UBICACIÓN POLITICO – ADMINISTRATIVO.-

PROVINCIA.- Pichincha

CANTON.- Quito.

PARROQUIA.- Pintag.

SECTOR Pinantura.



3.- CARACTERISTICAS GENERALES.-

3.- ALCANCE Y DESCRIPCION DEL TRABAJO.

Para realizar el avaluo con enfoque NIIFs basado en los requerimientos de revelación de la NIC 16, para TERRENOS Y CONSTRUCCIONES, activo que se encuentra ubicado en el área rural del cantón Quito, parroquia Pintag, el activo avaluado perteneciente a la empresa solicitante, fueron verificados de acuerdo a los registros de existencias, según el siguiente detalle:

- *Ubicación, constatación física del activo*
- *Investigación de mercado*
- *Valoración*

Luego de recabar la información y de realizar la inspección del bien inmueble de propiedad de la Empresa, se desarrollo una base de datos que permita el ingreso de la información de una manera ordenada y estandarizada.

Tipo.- El activo de Agroindustrial OBRAGRO S.A. es el terreno con , topografía, la clase de suelo y uso del mismo, con relación a otros lotes del sector (haciendas, fincas), la implementación de obras civiles, reúnen con las caractrísticas, para la realización de este tipo de explotación (Cría y producción de ganado lechero), las mismas que tienen más de 50 años, de edificadas, razón por lo cual se estima un valor contable de cero, por su estado de mantenimiento, se considera un valor residual de 15 años mas de vida útil.

Utilización de los los activos.-construcciones: establo, sala de ordeño con ordeño mecánico, para 32 puestos, sala de crianza de terneras, bodegas, vivienda trabajadores, corrales y caminos.

Estado al momento de la inspección.-

- *Seguridad.- Buena, la propiedad y sus activos se encuentran reguardados por personal de la Hacienda*
- *Peligros aledaños.- no existe peligros visibles o que atenten contra la integridad del bien*
- *Mantenimeiento.- se denota un buen mantenimiento*

3.1.- MEMORIA DESCRIPTIVA

3.1. Propietarios: *Agroindustrial OBRAGRO S.A.*

3.1. Solicitante: *Sr. Roberto Merino*
Gerente General

3.2. Tipo de avalúo: *Avalúo para aplicación contable NIIFs.*

3.3. Fecha del informe: *6 de Enero del 2011.*

3.4. Fecha de inspección: *27 de Diciembre del 2010.*

3.5. Nombre del predio: *"LA COCHA DE PINANTURA".*

3.6. Sector: *Pinantura.*

3.7. Localización: *Provincia: Pichincha.*

Cantón: Quito.

Parroquia: Pintag.

3.8. Localización Eco1ógica:

o Superficie.- 223.39 Has. (según Escritura

268.09 Has. (Según Plano)

o Topografía: Ondulada,; Semi ladera y ladera..

o Temperatura Media: 12 grados.

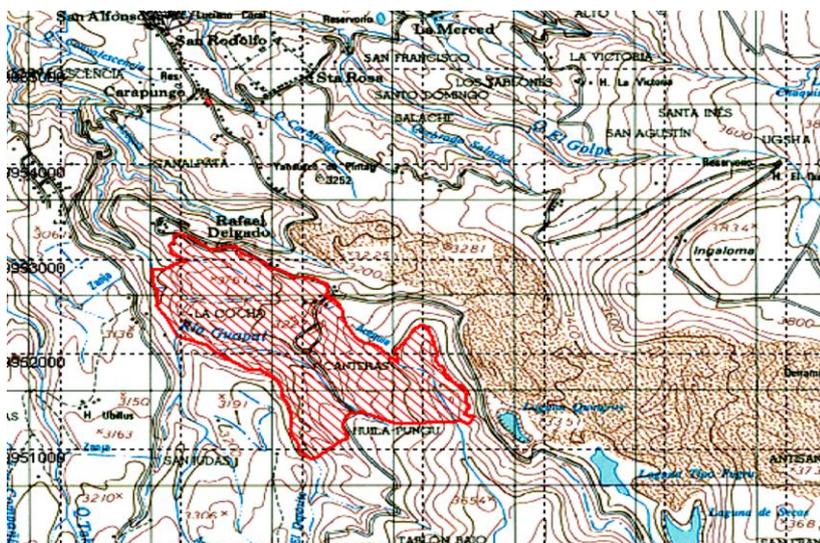
o *Altitud: entre 3.150 a 3.338. m.s.n.m*

o *Tipo de suelo: franco – arcillo – arenoso...*

o *Clima: templado-frío*

o *Precipitación: 2.000 a 2.500 mm anuales*

o *Zona Ecológica) Bosque húmedo Montano, e inicio del páramo)..*



3.9. Vías de Acceso.

Vía Quito – Pintag, cruzando la población de Pintag, camino al Antizana, hasta el cruce que conduce a la Mica, a mano derecha se inicia la propiedad.

3.10. *Vías Internas.- Caminos de tierra, para circulación del ganado.*

3.11. Cercas.

La Propiedad cuenta con linderos bien definidos, mediante cercas naturales, contra zanjas, quebradas y con 3 hilos de alambre de púas con postes de madera de la zona., la división de los potreros se realiza con cerca eléctrica.

3.12. *Transporte.- Público hasta Pintag y de este punto privado hasta la hacienda.*

3.13. SERVICIOS CON QUE CUENTA.-

3.13.1. Agua de riego.- *SI, Para el riego de los potreros en verano y bebedero de los animales, cuenta con agua proveniente de la Vertiente de Secas, la hacienda dispone de un caudal de 80 litros por segundo en forma permanente.*

3.13.2.- *Energía eléctrica.- SI. Proveniente de la red Interconectada Nacional, dispone de un transformador de 25 KVA, para uso exclusivo de la hacienda..*

3.13 3. *Instalación telefónica. No tiene, solo señal de telefonía celular*

4.-DESCRIPCION Y CARACTERISTICAS DEL BIEN.

La propiedad se encuentra localizada en una altura comprendida entre 3.000 a 3.400 m.s.n.m, que corresponde a la Zona de (bhM), Bosque Húmedo Montano.

Recibe una precipitación media anual de 2.000 a 2.500 milímetros. Predominan en estas regiones la estación lluviosa, la seca se restringe a los meses de julio y agosto o hasta septiembre

Tiene una temperatura que oscila entre los 10 y 14ª C., con una temperatura media de 12ª C.

El tipo de suelo tiene una textura franco – areno arcilloso

La topografía ondulada, semiondulada e inclinada.

La propiedad dispone de varias construcciones, cuyas características se describen en el cuadro correspondiente.

La propiedad al momento se halla dedicada exclusivamente a la cría y explotación de ganado lechero, con la raza mestiza Holstein Frisian, adaptada a la zona.

Para la producción de leche la hacienda cuenta con los siguientes animales por categorías:

CATEGORIAS	NÚMERO
✓ Toros reproductores	9
✓ Vacas en producción	108
✓ Vacas secas, preñadas	38
✓ Vaconas de vientre	50
✓ Vaconas de fierro	44

- ✓ *Vaonas de media* 12
- ✓ *Terneritas* 31

PARAMETROS TECNICOS:

- ✓ *Producción promedio diario* 1.200 litros.
- ✓ *Natalidad* 75%
- ✓ *Mortalidad terneras* 10%
- ✓ *Mortalidad adultos* 2%
- ✓ *Reproducción.* Monta directa.

Los potreros están compuestos de pastos naturales con especies nativas de la zona y que se desarrollan a esta altitud, entre las que podemos mencionar: Trébol Blanco nativo, Holco, Cebadilla Criolla, Llantén, Agrostis, entre otras, en cierto sector ya se observó la presencia de Paja de Páramo.

Potreros artificiales formados con especies introducidas e importadas de Nueva Zelandia: Ray grass anual, perenne y trébol blanco.

.Sistema de pastoreo diario con cerca eléctrica.

4.2. Uso actual del suelo.-

La propiedad se halla distribuida de la siguiente manera:

4.2.1 Uso del suelo de acuerdo a escrituras.-

Concepto	Superficie Has.	Topografía
TIERRA CULTIVABLE	79,83	plano-ondulado
TIERRA CULTIVABLE	65,53	inclinado
LADERAS INCULTIVABLES	78,03	ladera
Total Sup.	223,39	

4.2.1.1 Uso del suelo según plano (adjunto).-

Concepto	Superficie Has.	Topografía
CLASE II	95,8000	plano-ondulado
CLASE IV	78,6431	inclinado
CLASE VII	93,6461	ladera
Total Sup.	268,0892	

CLASES AGROLOGICAS DE TIERRAS. Determinadas en la propiedad.

CLASE SEGUNDA (II)

Tierras con algunas limitaciones que reducen la elección de cultivos, van de moderadamente profundas a profundas, con drenaje de bueno a medio, nivel de fertilidad de pobre a medio, necesitan fertilizantes, con pendientes moderadas de erosión ligera, sin pedregosidad; son tierras de fácil práctica de cultivos, que incluyen fajas de contornos y rotación de cultivos.

CLASE CUARTA (IV)

Tierras con utilización en cultivos perennes y transitorios, es muy limitada, apta para pastos y ocasionalmente para cultivos no por más de uno o dos años, cada 6 a 12 años, tierras superficiales; drenaje excesivo o pobre, de fertilidad de muy pobre a pobre, pendientes casi similares a la clase tercera, mayor tendencia a la erosión. La pedregosidad es similar a la clase tercera; requiere prácticas de manejo y conservación difíciles de aplicar.

CLASE SEPTIMA (VII)

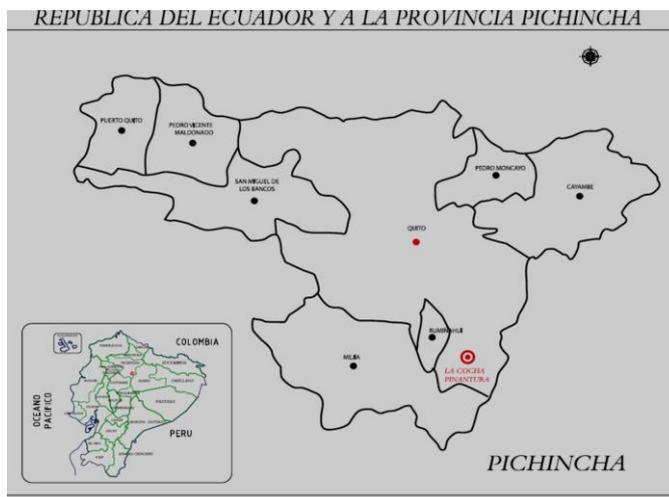
Tierra no apta para el cultivo, pero apta para pasto, bosques o vida silvestre, se debe prevenir la erosión; muy superficiales con drenaje natural de excesivo a muy lento, inundaciones entre 4 y 6 meses al año, retención de agua excesiva a muy baja, permeabilidad muy lenta o muy rápida, nivel de fertilidad muy pobre; tierras muy escarpadas erosionada o susceptibles a severa erosión por el viento y el agua; la pedregosidad y rocosidad puede ser de ninguna a excesiva. Presentan fuertes dificultades para el laboreo.

5.- CARACTERISTICAS DE LA ZONA.-

Zona rural de la parroquia Pintag, que cuenta con las siguientes obras de infraestructura: Vía asfaltada Quito_ Pintag, y parte asfaltada y otra lastrada Pintag – partidero a la Mica e ingreso a la hacienda. en regular estado,

El entorno inmediato se caracteriza por la presencia de varias haciendas y medianas propiedades, dedicadas principalmente a la producción de leche y engorde de novillos, en la parte agrícola al cultivo de: papas, habas, mellocos entre otras.

Por las condiciones topográficas, vías de acceso, cercanía a la ciudad de Quito, por el paisaje que presenta, a corto o mediano plazo, será una zona donde se instalen empresas para iniciar un turismo ecológico



6. AVALUO

6.1. AVALUO DE LA TIERRA.-.

6.1. AVALUO DE LA TIERRA SEGÚN ESCRITURAS

AVALÚO DE LA TIERRA				
Concepto	Superficie Has.	Topografía	V/Unitario	V/Total
TIERRA CULTIVALE	79,83	plano-ondulado	6.000,00	478.986,06
TIERRA CULTIVALE	65,53	inclinado	4.100,00	268.678,85
LADERAS INCULTIVABLES	78,03	ladera	200,00	15.606,21
Total Sup.	223,39			
VALOR TOTAL				763.271,12

Calculo tierras rural (valor de realización).-

Concepto	Area has	PA: V/M2	V/ Comercial	factor tamaño del predio		factor accesibilidad del riego	Avaluo suelo rural
CLASE II CULTIVABLE	79,83	6.000,00	478.986,06	0,60	287.391,64	1,028	295.438,60
CLASE IV CULTIVABLE	65,53	4.100,00	268.678,85	0,60	161.207,31	1,028	165.721,11
CLASE VII INCULTIVABLE	78,03	200,00	15.606,21	0,60	9.363,73	1,028	9.625,91
Total Sup.	223,39						
VALOR TOTAL			763.271,12				470.785,63

6.2. AVALUO DE LA TIERRA SEGÚN PLANO (adjunto)

AVALÚO DE LA TIERRA				
Concepto	Superficie Has.	Topografía	V/Unitario	V/ Total
CLASE II CULTIVABLE	95,8000	plano-ondulado	6.000,00	574.800,00
CLASE IV CULTIVABLE	78,6431	inclinado	4.100,00	322.436,71
CLASE VII INCULTIVABLE	93,6461	ladera	200,00	18.729,22
Total Sup.	268,0892			
VALOR TOTAL				915.965,93

Calculo tierras rural (valor de realización).-

AVALÚO DE LA TIERRA							
Concepto	Area has	PA: V/M2	V/ Comercial	factor tamaño del predio		factor accesibilidad del riego	Avaluo suelo rural
CLASE II CULTIVABLE	95,8000	6.000,00	574.800,00	0,60	344.880,00	1,028	354.536,64
CLASE IV CULTIVABLE	78,6431	4.100,00	322.436,71	0,60	193.462,03	1,028	198.878,96
CLASE VII INCULTIVABLE	93,6461	200,00	18.729,22	0,60	11.237,53	1,028	11.552,18
Total Sup.	268,0892						
VALOR TOTAL			915.965,93				564.967,79

En este valor promedio, de ha considerado el costo de establecimiento de, la división de 4 potreros, con postes y alambre de púas de 3 y 4 hilos.

En buen estado.

6.2.1 RANGOS DE TAMAÑO PREDIAL.-

Rango	Superficie (ha)	Factor
1	0.0001 a 0.5	1.2
2	0.50001 a 1	1
3	1.0001 a 50	0.8
4	50.0001 en adelante	0.6

El Factor tamaño, no podrá ser menor a: 0,6 ni mayor a 1,2.

Para el cálculo del Factor tamaño, se entenderá que la unidad de inventario es el predio y para efecto de valoración en caso de expropiación, la unidad de inventario será la parte o área afectada.

Para determinar el calculo del valpr del suelo rural se determina por la siguiente formula.

$$Asr = Pa \times Sa \times Fta \times Far$$

Donde:

Asr	= Avalúo del suelo rural
Pa	= Valor por m ² de suelo del Área de Intervención Valorativa de acuerdo a la clase agrológica.
Sa	= Área en m ² del lote
Fta	= Factor tamaño del predio
Far	= Factor accesibilidad del riego

Las superficies se las relacionan con la tabla de precios, por clase agrológica y se obtiene un valor que es corregido para cada predio por coeficientes de tamaño y por coeficientes de accesibilidad de riego

7.- AVALUO DE LAS CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES.-

7.1. Valorización.-

VALORIZACIÓN DE LA CONSTRUCCION					
	Concepto	m2	ESTADO	V/Unitario	V/Total
N°1	Casa Trabajador cocina	333,72	Regular	50,00	16.686,00
N°2	Sala de Ordeño	135,26	Regular	80,00	10.820,80
N°3	Establo y sala terneros	26,53	Regular	40,00	1.061,20
N°4	Establo y cuarto de maquinas	501,80	Regular	40,00	20.072,00
N°5	Cuarto de terneros	181,56	Regular	40,00	7.262,40
N°6	Bodega	356,02	Regular	40,00	14.240,80
N°7	Patios	708,88	Regular	25,00	17.722,00
		VALOR TOTAL			87.865,20

7.2. Características.-

	CONCEPTO	CARACTERISTICA
1.-	Casa de trabajador.-	<p>Estructura: madera</p> <p>Paredes: adobe</p> <p>Piso: encementado</p> <p>Cubierta: teja- zinc- eternit</p> <p>Estructura cubierta: madera</p> <p>Estado: regular</p> <p>Edad: 50 años</p> <p>vida util +15 años</p> <p>Superficie: 33.72 m2</p>
2.-	Sala de ordeño.- 16 puestos /lado automatizado, de tubo estructura,	<p>Estructura: madera</p> <p>Paredes: bloque</p> <p>Piso: encementado</p> <p>Cubierta: teja</p>

		<p><i>Estructura cubierta: madera</i></p> <p><i>Estado: bueno</i></p> <p><i>Edad: 2 años</i></p> <p><i>Vida util: 48 años</i></p> <p><i>Superficie: 135.26 m2</i></p>
3.-	<i>Establo y sala de terneros.-</i>	<p><i>Estructura: madera</i></p> <p><i>Paredes: adobe</i></p> <p><i>Piso: encementado</i></p> <p><i>Cubierta: teja</i></p> <p><i>Estructura cubierta: madera</i></p> <p><i>Estado: bueno</i></p> <p><i>Edad: 50 años</i></p> <p><i>vida util +15 años</i></p> <p><i>Superficie: 26.53 m2</i></p>
4.-	<i>Establo y cuarto de maquinas.- 32 collarines de madera</i>	<p><i>Estructura: madera</i></p> <p><i>Paredes: adobe</i></p> <p><i>Piso: encementado</i></p> <p><i>Cubierta: teja</i></p> <p><i>Estructura cubierta: madera</i></p> <p><i>Estado: bueno</i></p> <p><i>Edad: 50 años</i></p> <p><i>vida util +15 años</i></p> <p><i>Superficie: 501.80 m2</i></p>
5.-	<i>Cuarto terneros.- capacidad 10 puestos</i>	<p><i>Estructura: madera</i></p> <p><i>Paredes: cerramiento de madera</i></p> <p><i>Piso: encementado</i></p>

		<p><i>Cubierta: teja</i></p> <p><i>Estructura cubierta: madera</i></p> <p><i>Estado: bueno</i></p> <p><i>Edad: 50 años</i></p> <p><i>vida util +15 años</i></p> <p><i>Superficie: 181.56 m2</i></p>
6.-	<i>Bodegas.-</i>	<p><i>Estructura: madera</i></p> <p><i>Paredes: adobe</i></p> <p><i>Piso: encementado</i></p> <p><i>Cubierta: teja</i></p> <p><i>Estructura cubierta: madera</i></p> <p><i>Estado: bueno</i></p> <p><i>Edad: 50 años</i></p> <p><i>vida util +15 años</i></p> <p><i>Superficie: 356.02 m2</i></p>
7.-	<i>Patios.-</i>	<p><i>Estructura:</i></p> <p><i>Paredes:</i></p> <p><i>Piso: encementado</i></p> <p><i>Cubierta:</i></p> <p><i>Estructura cubierta:</i></p> <p><i>Estado: bueno</i></p> <p><i>Edad: 50 años</i></p> <p><i>vida util +15 años</i></p> <p><i>Superficie: 708.88 m2</i></p>

Nota.- La Vida útil de las construcciones: 50 años, valor contable cero.

Valor residual: +15 años ,(valor cuadro valorización de las construcciones)

8.- ANALISIS DE MERCADO.-

Para la determinación del valor por Ha. de tierra se han considerado los siguientes parámetros:

- Valor de cotización actual en la zona.
- Utilización de la Ordenanza 152, Sección II, valor suelo rural, Art. III (13)
- Vías de acceso (carretero asfaltado y empedrado en buen estado, y 3 Km de camino veranero en invierno se llega únicamente a caballo.
- Uso actual del suelo: pastos artificiales y naturales para la cría y producción de ganado lechero..
- Altitud, sobre los 3.000 metros s.n.m.
- Tipo de suelo. .
- División de potreros.
- Estado de las cercas.

En resumen se utilizó la fórmula determinada por la ordenanza 152 y el Método Comparativo, en base a referencias de otras propiedades en la zona, donde se utiliza la venta como cuerpo cierto y no como unidad de superficie, pero con diferencias muy significativas en lo referente a tipo de explotación, topografía, altitud, estado de los pastizales, división de potreros en general al estado de las propiedades, las mismas que se cotizan entre 2.000 y 4.000 dólares, la Ha

9.- PLUSVALIA.-

En la zona, La Plusvalía al momento es mediana, cuando se establezcan en la zona, propiedades dedicadas al Eco Turismo, se espera que la Plus Valía tenga un incremento significativo..

10.- PRECIO DE OPORTUNIDAD.-

Por los aspectos que limitan el precio de la tierra como por el tamaño de la propiedad, la topografía, por la restricción al cambio del uso del suelo, su mercado restringido, especialmente por la altura y otros factores, se considera un promedio de un 38.32% de reducción en el valor calculado para su realización a corto o mediano plazo, de acuerdo a la fórmula utilizada en la Regulación 152..

11.- LINDEROS.

2.3 Título de Adquisición

Tipo :	Compravente
Otorgada por :	Sr. Ricardo Tadeo Delgado Hidalgo
A Favor de :	AGROINDUDTRIAL OBRAGRO S.A.
Notaria:	VIGESIMO CUARTA DEL CANTON QUITO
Fecha :	11 de mayo del 2001

3.- LINDEROS GENERALES DE LA PROPIEDAD LOTE LA COCHA

Dimensiones

Norte :	<p>Camino empedrado de hacienda, acequia que baja del potrero Tablón y que divide el potrero Mauquiestancias y una parte del potrero Cantera, hasta legar a la acequia proveniente y una parte del potreo San Joaquin con el potrero Cantera. Hasta llegar a la acequia proveniente de Secas Divisorias del potrero tablas con el lote Cantera y continuando aguas arriba hasta llegar a carios lotes de Comuna</p>
Sur:	<p>Partiendo del caminonuevo de copropiedad de la familia Delgado y la Empresa Municipal de Agua potable de Quito, por la zanja divisoria entre el potrero Mirador numero dos y el potrero santo Domingo Chico con dirección Sur – oeste hasta llegar a la Quebrada Ubillus y por ésta aguas abajo y con dirección Oeste hasta llegar al río Guapal</p>

Este.:	<i>Acequia proveniente de Cercas divisorias del potrero Tablas con varios lotes de terreno en posesión de trabajadores y extrabajadores de la hacienda. Continúa por zanja divisoria entre potrero San Antonio y santo Domingo hastallegar al camino nuevo de la propeidada de la familia delgado y la Empresa Municipal de Agua Potable Quito y siguiendo esta dirección Sur hasta llegar a la zanja divisoria entre el potrero Mirador numero dos y el potrero Santo Domingo.</i>
Oeste :	<i>Partiendo desde el camino empedrado de Hacienda, en dirección Sur, por la zanja divisoria entre el potrero santa Inés con el lote de terreno numero cuatro hasta llegar al río Guapal y por el Este aguas arriba en dirección Sur</i>
	220.00 Has.

Total Superficie :

3.- LINDEROS GENERALES DE LA PROPIEDAD

Dimensiones

Norte :	<i>Con terreno de la hacienda Pinantura</i>
Sur:	<i>Con terrenos de la hacienda Pinantura</i>
Este:	<i>Camino vecinal</i>

Oeste :		Quebrada Guapal
	33.935	M2.

Total Superficie :

11.1. Plano Topográfico de la Hacienda (adjunto)

12.- Declaración.-

Declaro bajo juramento que:

- 1.- El Avalúo realizado es veraz y técnicamente realizado*
- 2.- No hemos ocultado ni ocultaremos ningún tipo de información que pudiese afectar el valor del inmueble avaluado.*
- 3.- No existen conflicto de intereses con él o los solicitantes del crédito, el tradente del inmueble avaluado o terceras partes relacionadas que hayan influido en nuestras apreciaciones técnicas y profesionales.*
- 4.- No tenemos interés alguno en el inmueble avaluado ni en las personas que intervienen en la tracción del mismo.*
- 5.- Nuestra remuneración por concepto de honorarios profesionales no tiene nada que ver con el resultado del avalúo*

Ing. Fabián Carrera Moreno.

PERITO – AVALUADOR.
L.P. 02 P.I. 085
P.A.2002-066
S.C.RNP.077

3. Pronósticos de Ingresos y Gastos

Anexo 9

Inversión Inicial

Inversión Inicial	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Terreno (alquiler)	12500	m2	\$ 0.40	\$ 5,000.00
Nivelación	10,000	m2	\$ 10.00	\$ 100,000.00
Infraestructura (hostería completa)	885	m2	\$ 850.00	\$ 752,250.00
Total inversion infraestructura				\$ 857,250.00
Camas 2 1/2 plazas	15	c/u	\$ 533.44	\$ 8,001.60
Camas 1 1/2 plazas (colchon adicional)	6	c/u	\$ 288.80	\$ 1,732.80
Camas 1 1/2 plazas	4	c/u	\$ 288.80	\$ 1,155.20
Lencería (camas 2 1/2)	15	N/A	\$ 370.00	\$ 5,550.00
Lencería (camas 1 1/2, colchon adicional)	6	N/A	\$ 280.00	\$ 1,680.00
Lencería (camas 1 1/2)	4	N/A	\$ 280.00	\$ 1,120.00
Total costo habitaciones				\$ 19,239.60
Restaurante comedor				
Sillas	50	unidad	\$ 150.00	\$ 7,500.00
Mesas	15	unidad	\$ 900.00	\$ 13,500.00
Vajilla	280	unidad	\$ 10.13	\$ 2,836.40
Cristalería	150	unidad	\$ 1.31	\$ 196.50
Vaso cervecero	100	unidades	\$ 1.31	\$ 131.00
Cubertería	665	unidades	\$ 1.62	\$ 1,077.30
Total Restaurante comedor				\$ 25,241.20
Decoración total	N/A	N/A	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00
Parqueaderos	1000	m2	\$ 50.00	\$ 50,000.00
Bodega	15	m2	\$ 600.00	\$ 9,000.00
Señalamientos	N/A	N/A	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Maquina produccion leche	1	unidad	\$ 14,000.00	\$ 14,000.00
Gastos administrativos y legales	N/A	N/A	\$ 1,750.00	\$ 1,750.00
Marketing y Publicidad	N/A	N/A	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Equipamiento cocina				
Refrigerador industrial	1	unidad	\$ 700.00	\$ 700.00
Congelador	2	unidad	\$ 1,000.00	\$ 2,000.00
Microondas	2	unidad	\$ 200.00	\$ 400.00
Cocina electrica industrial	1	unidad	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Horno	3	unidad	\$ 200.00	\$ 600.00
Extractor de olores (campana)	1	unidad	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Mesón metálico	3	unidad	\$ 1,000.00	\$ 3,000.00
Total costo equipamiento cocina				\$ 10,700.00
Insumos de limpieza				
Escobas, Trapeadores, Limpiones	varios	unidad	\$ 450.00	\$ 450.00
Insumos de limpieza habitaciones	varios	unidad	\$ 500.00	\$ 500.00
Total de costo limpieza				\$ 950.00
Total de costo de inversión inicial				\$ 994,130.80

Anexo 10

Gastos proyectados

Gastos Proyectados					
	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Utilities					\$ 35,302.50
Agua	0.075	m3	\$ 0.55	\$ 61.88	\$ 742.50
Electricidad	24	hora	\$ 4.00	\$ 2,880.00	\$ 34,560.00
Teléfono			0	0	0
Nómina					
Mucamas (de planta)	1	pax	\$ 356.58	\$ 356.58	\$ 4,278.96
Mucamas (eventual)	1	pax	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Recepcionista (de planta)	2	pax	\$ 356.58	\$ 713.16	\$ 8,557.92
Recepcionista (eventual)	1	pax	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Meseros (de planta)	2	pax	\$ 356.58	\$ 713.16	\$ 8,557.92
Meseros (eventual)	1	pax	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Chef	1	pax	\$ 900.00	\$ 900.00	\$ 10,800.00
Asistente de chef	1	pax	\$ 356.58	\$ 356.58	\$ 4,278.96
Cocinero (de planta)	1	pax	\$ 356.58	\$ 356.58	\$ 4,278.96
Cocinero (eventual)	1	pax	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Bartender	1	pax	\$ 356.58	\$ 356.58	\$ 4,278.96
Administrador	1	pax	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 15,600.00
Guardias de Seguridad	2	pax	\$ 356.58	\$ 713.16	\$ 8,557.92
Total Nómina				\$ 6,565.80	\$ 78,789.60
Gastos administrativos	N/A	N/A	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 3,600.00
Marketing y Publicidad	N/A	N/A	\$ 165.50	\$ 165.50	\$ 1,986.00
Total gastos fijos				\$ 9,973.18	\$ 119,678.10
Insumos de limpieza	varios		\$ 300.00	\$ 9,000.00	\$ 108,000.00
Amenities	varios		\$ 225.00	\$ 6,750.00	\$ 81,000.00
Costo de venta	N/A	N/A	\$ 6.04	\$ 9,064.34	\$ 108,772.11
Costo alimentación personal	16	pax	\$ 6.00	\$ 2,400.00	\$ 28,800.00
Total de gastos				\$ 37,187.52	\$ 446,250.21

Anexo 11

Ingresos Proyectados

Ingresos por habitaciones	Precio de venta	Habitaciones disponibles
Habitaciones dobles	\$ 100.00	5
Habitaciones triples	\$ 150.00	4
Habitaciones cuádruples	\$ 200.00	6
Ingresos por AyB		
Menú	\$ 17.50	
Puestos	50	
Total de ingresos	\$ 875.00	
Total ingresos en un día	\$ 875.00	

4. Estado de Perdidas y Ganancias y Flujos de Caja

Anexo 12

Escenario Pesimista

Inversion Inicial	\$ 1,033,380.80		RevPar	\$ 55.20
Tasa Bancaria	8.45%		GopPar	\$ 48.47
VAN	\$ 292,541.81		ADR	\$ 207.00
TIR	14%			
Payback	6.16 años			

Anexo 13

Escenario Normal

Inversion Inicial	\$ 1,033,380.80		RevPar	\$ 89.70
Tasa Bancaria	8.45%		GopPar	\$ 70.75
VAN	\$ 1,319,606.57		ADR	\$ 134.55
TIR	29%			
Payback	3.14 años			

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos por habitaciones	\$ 491,107.50	\$ 515,662.88	\$ 541,446.02	\$ 568,518.32	\$ 596,944.24	\$ 626,791.45	\$ 658,131.02	\$ 691,037.57	\$ 725,589.45	\$ 761,868.92
Ingresos por restaurante	\$ 223,562.50	\$ 236,976.25	\$ 251,194.83	\$ 266,266.51	\$ 282,242.51	\$ 299,177.06	\$ 317,127.68	\$ 336,155.34	\$ 356,324.66	\$ 377,704.14
Total de ingresos	\$ 714,670.00	\$ 752,639.13	\$ 792,640.84	\$ 834,784.83	\$ 879,186.74	\$ 925,968.50	\$ 975,258.70	\$ 1,027,192.91	\$ 1,081,914.11	\$ 1,139,573.06
Costos por habitaciones	\$ 122,850.00	\$ 126,535.50	\$ 130,331.57	\$ 134,241.51	\$ 138,268.76	\$ 142,416.82	\$ 146,689.32	\$ 151,090.00	\$ 155,622.70	\$ 160,291.39
Costos por A&B	\$ 204,442.35	\$ 214,664.46	\$ 225,397.69	\$ 236,667.57	\$ 248,500.95	\$ 260,926.00	\$ 273,972.30	\$ 287,670.91	\$ 302,054.46	\$ 317,157.18
Utilidad Departamental	\$ 387,377.65	\$ 411,439.16	\$ 436,911.59	\$ 463,875.75	\$ 492,417.03	\$ 522,625.69	\$ 554,597.08	\$ 588,431.99	\$ 624,236.95	\$ 662,124.50
Administración	\$ 3,600.00	\$ 3,708.00	\$ 3,819.24	\$ 3,933.82	\$ 4,051.83	\$ 4,173.39	\$ 4,298.59	\$ 4,427.55	\$ 4,560.37	\$ 4,697.18
Mercadeo	\$ 1,986.00	\$ 2,045.58	\$ 2,106.95	\$ 2,170.16	\$ 2,235.26	\$ 2,302.32	\$ 2,371.39	\$ 2,442.53	\$ 2,515.81	\$ 2,591.28
Agua-Luz	\$ 35,302.50	\$ 36,008.55	\$ 36,728.72	\$ 37,463.30	\$ 38,212.56	\$ 38,976.81	\$ 39,756.35	\$ 40,551.48	\$ 41,362.51	\$ 42,189.76
Nómina	\$ 78,789.60	\$ 81,941.18	\$ 85,218.83	\$ 88,627.58	\$ 92,172.69	\$ 95,859.60	\$ 99,693.98	\$ 103,681.74	\$ 107,829.01	\$ 112,142.17
Total gastos no distribuidos	\$ 119,678.10	\$ 123,703.31	\$ 127,873.74	\$ 132,194.85	\$ 136,672.34	\$ 141,312.11	\$ 146,120.30	\$ 151,103.29	\$ 156,267.69	\$ 161,620.39
Utilidad des pues de gastos no distribuido:	\$ 267,699.55	\$ 287,735.85	\$ 309,037.85	\$ 331,680.90	\$ 355,744.69	\$ 381,313.57	\$ 408,476.77	\$ 437,328.71	\$ 467,969.26	\$ 500,504.11
Depreciación	\$ 7,145.30	\$ 7,145.30	\$ 7,145.30	\$ 7,145.30	\$ 7,145.30	\$ 7,145.30	\$ 7,145.30	\$ 7,145.30	\$ 7,145.30	\$ 7,145.30
Utilidad antes de impuestos	\$ 260,554.25	\$ 280,590.55	\$ 301,892.55	\$ 324,535.60	\$ 348,599.39	\$ 374,168.27	\$ 401,331.47	\$ 430,183.41	\$ 460,823.96	\$ 493,358.81
Impuestos (34%)	\$ 88,588.45	\$ 95,400.79	\$ 102,643.47	\$ 110,342.10	\$ 118,523.79	\$ 127,217.21	\$ 136,452.70	\$ 146,262.36	\$ 156,680.15	\$ 167,742.00
Empleados (15%)	\$ 39,083.14	\$ 42,088.58	\$ 45,283.88	\$ 48,680.34	\$ 52,289.91	\$ 56,125.24	\$ 60,199.72	\$ 64,527.51	\$ 69,123.59	\$ 74,003.82
Utilidad Neta	\$ 132,882.67	\$ 143,101.18	\$ 153,965.20	\$ 165,513.16	\$ 177,785.69	\$ 190,825.82	\$ 204,679.05	\$ 219,393.54	\$ 235,020.22	\$ 251,612.99
Flujo de caja operativo										
	\$ 267,699.55	\$ 287,735.85	\$ 309,037.85	\$ 331,680.90	\$ 355,744.69	\$ 381,313.57	\$ 408,476.77	\$ 437,328.71	\$ 467,969.26	\$ 500,504.11
Flujos acumulados	\$ 267,699.55	\$ 555,435.40	\$ 864,473.25	\$ 1,196,154.15	\$ 1,551,898.85	\$ 1,933,212.42	\$ 2,341,689.19	\$ 2,779,017.90	\$ 3,246,987.15	\$ 3,747,491.26

Anexo 14

Escenario Optimista

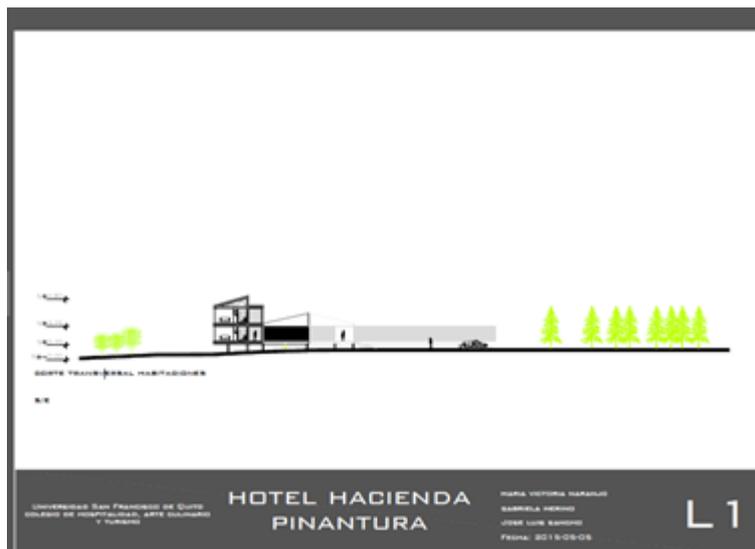
Inversion Inicia	\$ 1,033,380.80		RevPar	\$ 117.30
Tasa Bancaria	8.45%		GopPar	\$ 95.17
VAN	\$ 2,434,308.91		ADR	\$ 135.35
TIR	44%			
Payback	2.16 años			

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos por habitaciones	\$ 642,217.50	\$ 674,328.38	\$ 708,044.79	\$ 743,447.03	\$ 780,619.39	\$ 819,650.35	\$ 860,632.87	\$ 903,664.52	\$ 948,847.74	\$ 996,290.13
Ingresos por restaurante	\$ 287,437.50	\$ 304,683.75	\$ 322,964.78	\$ 342,342.66	\$ 362,883.22	\$ 384,656.21	\$ 407,735.59	\$ 432,199.72	\$ 458,131.71	\$ 485,619.61
Total de ingresos	\$ 929,655.00	\$ 979,012.13	\$ 1,031,009.57	\$ 1,085,789.69	\$ 1,143,502.61	\$ 1,204,306.57	\$ 1,268,368.46	\$ 1,335,864.24	\$ 1,406,979.45	\$ 1,481,909.74
Costos por habitaciones	\$ 160,650.00	\$ 165,469.50	\$ 170,433.59	\$ 175,546.59	\$ 180,812.99	\$ 186,237.38	\$ 191,824.50	\$ 197,579.24	\$ 203,506.61	\$ 209,611.81
Costos por A&B	\$ 247,951.19	\$ 260,348.75	\$ 273,366.19	\$ 287,034.50	\$ 301,386.22	\$ 316,455.53	\$ 332,278.31	\$ 348,892.22	\$ 366,336.83	\$ 384,653.68
Utilidad Departamental	\$ 521,053.81	\$ 553,193.88	\$ 587,209.80	\$ 623,208.61	\$ 661,303.40	\$ 701,613.66	\$ 744,265.65	\$ 789,392.78	\$ 837,136.00	\$ 887,644.25
Administración	\$ 3,600.00	\$ 3,708.00	\$ 3,819.24	\$ 3,933.82	\$ 4,051.83	\$ 4,173.39	\$ 4,298.59	\$ 4,427.55	\$ 4,560.37	\$ 4,697.18
Mercadeo	\$ 1,986.00	\$ 2,045.58	\$ 2,106.95	\$ 2,170.16	\$ 2,235.26	\$ 2,302.32	\$ 2,371.39	\$ 2,442.53	\$ 2,515.81	\$ 2,591.28
Agua-Luz	\$ 35,302.50	\$ 36,008.55	\$ 36,728.72	\$ 37,463.30	\$ 38,212.56	\$ 38,976.81	\$ 39,756.35	\$ 40,551.48	\$ 41,362.51	\$ 42,189.76
Nómina	\$ 78,789.60	\$ 81,941.18	\$ 85,218.83	\$ 88,627.58	\$ 92,172.69	\$ 95,859.60	\$ 99,693.98	\$ 103,681.74	\$ 107,829.01	\$ 112,142.17
Total gastos no distribuidos	\$ 119,678.10	\$ 123,703.31	\$ 127,873.74	\$ 132,194.85	\$ 136,672.34	\$ 141,312.11	\$ 146,120.30	\$ 151,103.29	\$ 156,267.69	\$ 161,620.39
Utilidad des pues de gastos no distribuidos:	\$ 401,375.71	\$ 429,490.56	\$ 459,336.06	\$ 491,013.75	\$ 524,631.05	\$ 560,301.54	\$ 598,145.35	\$ 638,289.49	\$ 680,868.31	\$ 726,023.86
Depreciación	\$ 7,145.30	\$ 7,145.30	\$ 7,145.30	\$ 7,145.30	\$ 7,145.30	\$ 7,145.30	\$ 7,145.30	\$ 7,145.30	\$ 7,145.30	\$ 7,145.30
Utilidad antes de impuestos	\$ 394,230.41	\$ 422,345.26	\$ 452,190.76	\$ 483,868.45	\$ 517,485.75	\$ 553,156.24	\$ 591,000.05	\$ 631,144.19	\$ 673,723.01	\$ 718,878.56
Impuestos (34%)	\$ 134,038.34	\$ 143,597.39	\$ 153,744.86	\$ 164,515.27	\$ 175,945.16	\$ 188,073.12	\$ 200,940.02	\$ 214,589.02	\$ 229,065.82	\$ 244,418.71
Empleados (15%)	\$ 59,134.56	\$ 63,351.79	\$ 67,828.61	\$ 72,580.27	\$ 77,622.86	\$ 82,973.44	\$ 88,650.01	\$ 94,671.63	\$ 101,058.45	\$ 107,831.78
Utilidad Neta	\$ 201,057.51	\$ 215,396.08	\$ 230,617.29	\$ 246,772.91	\$ 263,917.73	\$ 282,109.68	\$ 301,410.02	\$ 321,883.54	\$ 343,598.73	\$ 366,628.07
Flujo de caja operativo	\$ 401,375.71	\$ 429,490.56	\$ 459,336.06	\$ 491,013.75	\$ 524,631.05	\$ 560,301.54	\$ 598,145.35	\$ 638,289.49	\$ 680,868.31	\$ 726,023.86
Flujos acumulados	\$ 401,375.71	\$ 830,866.27	\$ 1,290,202.33	\$ 1,781,216.08	\$ 2,305,847.14	\$ 2,866,148.68	\$ 3,464,294.03	\$ 4,102,583.52	\$ 4,783,451.83	\$ 5,509,475.69

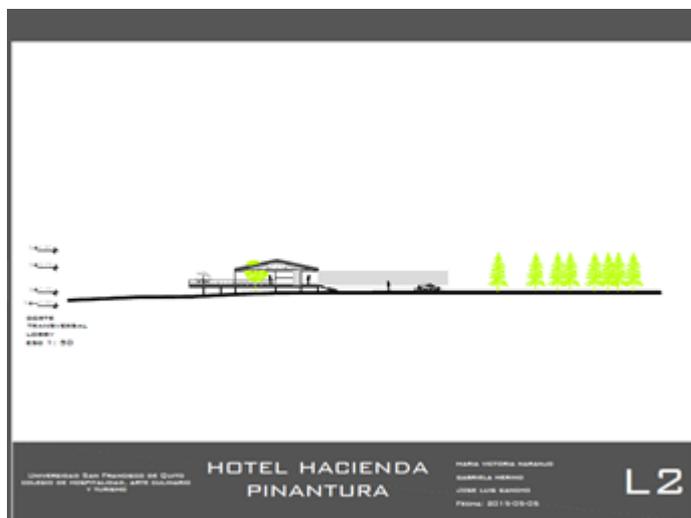
5. Diseño y Arquitectura

Anexos 15

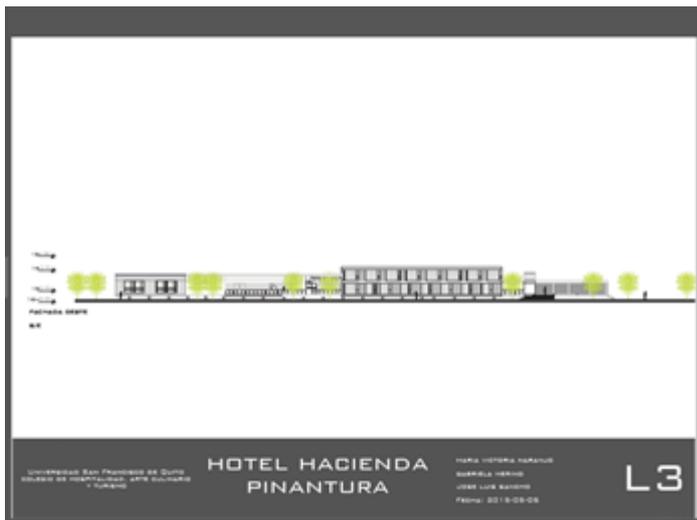
Planos



Corte Transversal Habitaciones



Corte Transversal



Fachada Este



Planta baja



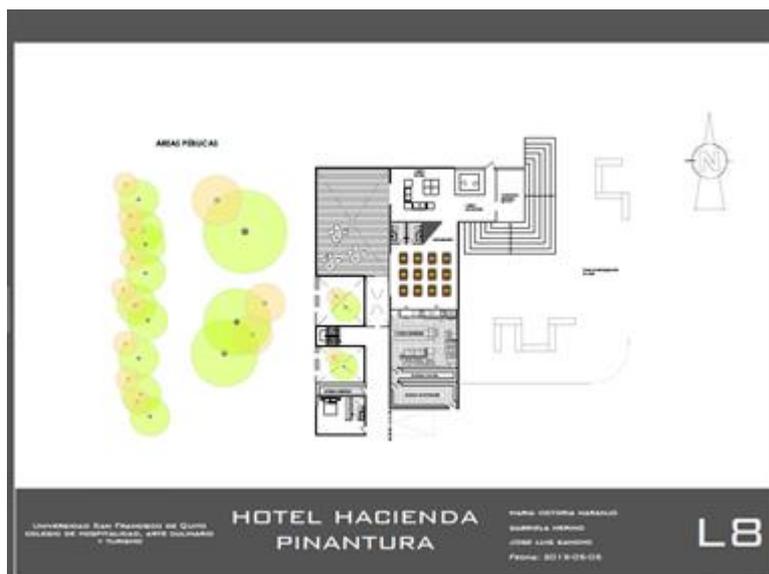
Segundo Piso



Habitaciones



Área de Servicios



Áreas Públicas

6. Programa de Alimentos y Bebidas

Anexo 16

Costos

Entradas:

<u>Empanadas de Viento</u>				
Queso rallado	kg	0.08	\$ 5.92	\$ 0.47
Cebolla Blanca	kg	0.20	\$ 0.90	\$ 0.18
Mantequilla	kg	0.03	\$ 7.72	\$ 0.23
Limon	kg	0.03	\$ 0.98	\$ 0.03
Harina	kg	0.125	\$ 0.76	\$ 0.10
Agua Mineral	lt	0.02	\$ -	\$ -
Sal	kg	0.03	\$ 0.32	\$ 0.01
Aceite	lt	0.25	\$ 1.64	\$ 0.41
Azucar	kg	0.10	0.92	\$ 0.09
		Total		\$ 1.52

<u>Locro de Papa</u>				
Agua	lt	1	\$ -	\$ -
Leche	lt	0.1	\$ 0.48	\$ 0.05
Crema de Leche	lt	0.025	\$ 2.97	\$ 0.07
Queso Fresco	kg	0.05	\$ 5.92	\$ 0.30
Papa Chola	kg	0.5	\$ 1.25	\$ 0.63
Cebolla Blanca	kg	0.2	\$ 0.90	\$ 0.18
Aceite de achote	kg	0.04	\$ 1.64	\$ 0.07
Sal	kg	0.015	\$ 0.32	\$ 0.005
Pimienta	kg	0.015	\$ 11.93	\$ 0.18
		Total		\$ 1.47

Platos Fuertes:

<u>Churrasco</u>				
Queso blanco	kg	0.0625	\$ 5.92	\$ 0.37
Manteca de cerdo	kg	0.015	\$ 4.40	\$ 0.07
Papa chola	kg	0.25	\$ 1.25	\$ 0.31
Cebolla blanca	kg	0.25	\$ 0.90	\$ 0.23
Aceite de Achiote	lt	0.0125	\$ 1.64	\$ 0.02
Sal	kg	0.03	\$ 0.32	\$ 0.01
Lomo fino	kg	0.15	\$ 12.84	\$ 1.93
Huevos	und	2	\$ 0.13	\$ 0.26
Arroz	kg	0.23	\$ 1.09	\$ 0.25
	Total			\$ 3.44

<u>Aji</u>				
Aji amarillo	kg	0.15	\$ 4.50	\$ 0.68
Tomate de arbol	kg	0.1	\$ 1.20	\$ 0.12
Cebolla paiteña	kg	0.05	\$ 0.93	\$ 0.05
Aceite	lt	0.01	\$ 1.64	\$ 0.02

<u>Lomo a la plancha</u>				
Lomo fino	kg	0.18	\$ 12.84	\$ 2.31
Sal	kg	0.03	\$ 0.32	\$ 0.01
Arroz	kg	0.23	\$ 1.09	\$ 0.25
Lechuga	kg	0.1	\$ 1.10	\$ 0.11
Tomate	kg	0.1	\$ 1.20	\$ 0.12
Cebolla	kg	0.05	\$ 0.90	\$ 0.05
	Total			\$ 2.85

<u>Pollo a la plancha</u>				
Pollo	kg	0.3	\$ 7.23	\$ 2.17
Sal	kg	0.03	\$ 0.32	\$ 0.01
Arroz	kg	0.23	\$ 1.09	\$ 0.25
Lechuga	kg	0.1	\$ 1.10	\$ 0.11
Tomate	kg	0.1	\$ 1.20	\$ 0.12
Cebolla	kg	0.05	\$ 0.90	\$ 0.05
	Total			\$ 2.70

Postres:

<u>Cheesecake de higos</u>				
Crema de leche	lt	0.24	\$ 2.97	\$ 0.71
Mantequilla sin sal	kg	0.0625	\$ 5.27	\$ 0.33
Queso crema	kg	0.2	\$ 4.20	\$ 0.84
Galletas Maria	kg	0.25	\$ 2.00	\$ 0.50
Huevo	und	2	\$ 0.13	\$ 0.26
Higos	kg	0.2	\$ 3.57	\$ 0.71
Azucar	kg	0.06	\$ 0.92	\$ 0.06
			Total	\$ 3.41
*Rinde 10 porciones				\$ 0.34

<u>Copa de helado</u>				
Helado chocolate	kg	0.04	\$ 6.30	\$ 0.25
Helado vainilla	kg	0.04	\$ 8.00	\$ 0.32
			Total	\$ 0.57

Bebidas:

Jugo de naranja				
Agua	lt	0.25	\$ -	\$ -
Naranjas	kg	0.12	\$ 0.83	\$ 0.10
Azucar	kg	0.02	\$ 0.92	\$ 0.02
				\$ 0.12

Jugo de mora				
Agua	lt	0.25	\$ -	\$ -
Mora	kg	0.09	\$ 2.85	\$ 0.26
Azucar	kg	0.03	\$ 0.92	\$ 0.03
				\$ 0.28

Café				
Agua	lt	0.24	\$ -	\$ -
Café	kg	0.03	\$ 10.71	\$ 0.32
Azucar	kg	0.015	\$ 0.92	\$ 0.01
			Total	\$ 0.34

Jugo de naranjilla				
Agua	lt	0.25	\$ -	\$ -
Naranjilla	kg	0.08	\$ 2.40	\$ 0.19
Azucar	kg	0.05	\$ 0.92	\$ 0.05
				\$ 0.24

Limonada				
Agua	lt	0.25	\$ -	\$ -
Limon	kg	0.09	\$ 0.98	\$ 0.09
Azucar	kg	0.04	\$ 0.92	\$ 0.04
				\$ 0.13

Café con leche				
Agua	lt	0.24	\$ -	\$ -
Café	kg	0.03	\$ 10.71	\$ 0.32
Azucar	kg	0.015	\$ 0.92	\$ 0.01
Leche	lt	0.12	\$ 0.60	\$ 0.07
			Total	\$ 0.41

Gaseosas	
Coca cola	\$ 0.60
Sprite	\$ 0.60
Coca cola zero	\$ 0.60
Sprite zero	\$ 0.60
Fanta	\$ 0.60

Desayunos:

Nata	kg	0.05	\$ 0.60	\$ 0.03
Mermelada	kg	0.05	\$ 3.11	\$ 0.16
Pan	kg	0.5	\$ 1.00	\$ 0.50
Café	und	1	\$ 0.41	\$ 0.41
				\$ 1.09

7. Plan de Comunicación y Marketing**Anexo 17**

Presupuesto

Mercadeo y Publicidad			
	Cantidad	Precio Unitario	Precio total
Impresiones a color	250	\$ 0.20	\$ 50.00
Stickers	100	\$ 0.88	\$ 88.00
Tarjetas de presentación	50	\$ 0.55	\$ 27.50
Presupuesto total mensual			\$ 165.50
			\$ 1,986.00

Anexo 18

Creación de una página web

Cree el perfil de su negocio en TripAdvisor

¿Les está sacando provecho a los perfiles completamente gratuitos que le brinda TripAdvisor?

▶ **Llegue a millones de clientes viajeros**

Más de 260 millones de consumidores cada mes usan TripAdvisor para planificar sus viajes. Usted puede presentarles sus productos y servicios de viaje (hotel, B & B, atracción, paquete turístico, restaurante, etc.) a millones de compradores de viajes calificados.

▶ **Aparezca en los sitios de viajes más importantes de la red**

Al incluir sus productos y servicios en el directorio de viajes de TripAdvisor, no solo aparecerá en el sitio premiado www.tripadvisor.cl, sino también en otros sitios de viajes destacados.

▶ **Transmita su mensaje en el momento justo**

Con su sofisticada tecnología de búsqueda, TripAdvisor puede ayudarlo a llegar a los consumidores en el mismísimo momento en que estén buscando información sobre ubicación. Como propietario de un hotel en Boston, por ejemplo, se beneficiaría muchísimo al crear un perfil de su establecimiento con TripAdvisor. Los consumidores que buscan hoteles en Boston podrían tener acceso a su información, la cual incluye una descripción del establecimiento y una foto, ¡y se encontrarán en el camino correcto para reservar una habitación!

Política de TripAdvisor para los perfiles

Alojamientos

Enumeramos alojamientos que ofrecen múltiples habitaciones o unidades en una dirección específica y pueden alojar a más de un grupo de huéspedes por vez.

Los alojamientos deben tener un nombre y una dirección oficiales, y ofrecer gestión diaria en el lugar.

Para aparecer en una categoría de alojamiento particular, nuestros editores deben verificar que el alojamiento:

cumple con las especificaciones de TripAdvisor para esa categoría detalladas, lo que significa que necesitaremos ver dichos servicios que aparecen en el sitio web del alojamiento o de un socio, como una dirección de turismo o un socio que ofrece reservaciones;

O

posee una licencia específica para ese tipo de alojamiento, otorgada por la Dirección de turismo local o los funcionarios del gobierno.

Para estar en la ficha "**Hoteles**" tab, el alojamiento debe ofrecer estas cuatro características:

- ▶ recepción con personal disponible todos los días, las 24 horas;
- ▶ servicio de limpieza diario incluido en el precio de la habitación;
- ▶ baño privado para cada unidad;
- ▶ si hay un requisito de estadía mínima, no debe ser superior a tres noches.

Para estar en la ficha "**B & B/Posadas**" tab, el alojamiento debe tener:

- ▶ personal en el lugar diariamente; y
- ▶ servicio de limpieza diario incluido en el precio de la habitación.

Los requisitos para estar en la ficha "**Alojamiento especial**" tab incluyen los siguientes:

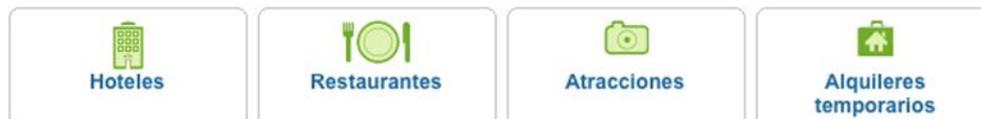
- ▶ el alojamiento debe tener personal en el lugar diariamente; y
- ▶ cualquier alojamiento que ofrezca habitaciones (estilo dormitorio) compartidas se considerará un hostel y se enumerará como "**Alojamiento especial**".

"**Alquileres de vacaciones**" incluyen lo siguiente:

- ▶ casas vacacionales, villas vacacionales o unidades (apartamentos, departamentos) privadas que se encuentran disponibles para un grupo de viajeros en un momento determinado para uso exclusivo;
- ▶ alojamientos en los que las casas o unidades están en distintas direcciones, aunque una empresa sea la propietaria/administradora;
- ▶ alojamientos sin personal a tiempo completo en el lugar en la misma ubicación que los alojamientos para huéspedes.
- ▶ [Consulte más](#) sobre el perfil de un alquiler de vacaciones en TripAdvisor.

Seleccionar tipo de negocio

Si es un representante oficial de su establecimiento, servicio o empresa, configure su perfil gratuito en TripAdvisor hoy mismo. Si desea obtener más detalles, lea nuestras políticas para perfiles que aparecen a continuación



Incluya un alojamiento en TripAdvisor

Si está creando el perfil de un alquiler temporario, haga clic [aquí](#).

Enumeramos alojamientos que ofrecen múltiples habitaciones o unidades en una dirección específica y pueden alojar a más de un grupo de huéspedes por vez. Los alojamientos deben tener un nombre y una dirección oficiales, y ofrecer gestión diaria en el lugar. Se aplican otras reglas: [lea toda la política de TripAdvisor para los perfiles de establecimientos](#).

Sus datos

Nombre *

Jose Luis

Email *

joseluisprado@gmail.com

¿Necesita corregir un perfil existente?

Esta página es para añadir perfiles nuevos. Para actualizar o gestionar un perfil existente, visite el [Centro de Administración](#)

¿Cuál es su función en este negocio? *

Gerente

Datos sobre su alojamiento

Nombre oficial del negocio *

Hotel Hostería Jose Gabo Naraino - JGN

País *

Ecuador

Ciudad/Pueblo, Estado/Provincia/Región *

Pintag

Tu ciudad no aparece en la lista.

Información acerca de su alojamiento

Estadía mínima * (no incluye vacaciones)

- tres noches o menos Más de tres noches

Seguridad *

- En el lugar Ninguno

Personal en el lugar *

- Sí No

Limpieza *

- Se incluye en el precio de la habitación Tarifa adicional

Frecuencia de la limpieza *

- A diario Semanalmente Dos veces por semana Ninguno

Recepción *

- Personal las 24 horas Personal con horario limitado Ninguno

Baño *

- Todas con baño propio Algunas con baño propio Compartido

Servicios

¿Este alojamiento ofrece alguna de las siguientes opciones?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Acceso para discapacitados | <input type="checkbox"/> Piscina |
| <input type="checkbox"/> Actividades infantiles (Ideal para niños / familias) | <input type="checkbox"/> Playa |
| <input type="checkbox"/> Bar / Salón | <input type="checkbox"/> Restaurante |
| <input type="checkbox"/> Casino y juegos de azar | <input type="checkbox"/> Se admiten mascotas (Se aceptan perros / mascotas) |
| <input type="checkbox"/> Centro de negocios con acceso a Internet | <input type="checkbox"/> Selección de bebidas |
| <input type="checkbox"/> Cocina | <input type="checkbox"/> Servicio de habitación |
| <input type="checkbox"/> Desayuno gratis | <input type="checkbox"/> Servicio de traslado en autobús |
| <input type="checkbox"/> Est. gratis | <input type="checkbox"/> Spa |