



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL HOTEL
SAN RAFAEL EN EL BARRIO SAN ANTONIO, PARROQUIA
JUAN DE VELASCO, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE
CHIMBORAZO

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN TURISMO

AUTORA: JOSELINE TATIANA ESCUDERO MOYÓN

DIRECTORA: Lcda. SILVIA PATRICIA MONTÚFAR GUEVARA, Mg.

Riobamba – Ecuador

2023

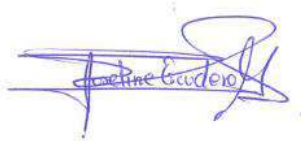
© 2023, **Joseline Tatiana Escudero Moyón**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Joseline Tatiana Escudero Moyón, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 17 de mayo de 2023



Joseline Tatiana Escudero Moyón
060474735-2

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; Tipo: Proyecto Técnico, **PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL HOTEL SAN RAFAEL EN EL BARRIO SAN ANTONIO, PARROQUIA JUAN DE VELASCO, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, realizado por la señorita: **JOSELINE TATIANA ESCUDERO MOYÓN**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Nancy Patricia Tierra Tierra, Mgs. PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2023-05-17
Lcda. Silvia Patricia Montúfar Guevara, Mg. DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2023-05-17
Ing. Jorge Iván Carrillo Hernández, Ph.D. ASESOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2023-05-17

DEDICATORIA

Con mucho cariño dedico este trabajo a Dios y a la Virgen María Auxiliadora por siempre protegerme, guiarme y encaminarme correctamente para alcanzar todos los objetivos que me he planteado; a mis padres Martha y Rafael por su apoyo incondicional, por ser mi mayor fuente de inspiración y, muestra que con trabajo y esfuerzo los sueños si se hacen realidad. A mis abuelitos por siempre aconsejarme y estar presentes en todas las etapas de mi vida, a mis compañeros de vida y de futuros proyectos, mis hermanos: Jennifer, Michael y Leonel. A mis tíos: Norma, Elina, Pilar, Mónica, Wilian y Benjamín por ser un gran ejemplo de seres humanos y empresarios, a mis primos, y a todos quienes han sido parte de mi formación personal y profesional.

Joseline

AGRADECIMIENTO

Agradezco a los docentes de la carrera que con sus conocimientos y palabras de aliento me motivaron a seguir esforzándome, a las Patys, especialmente a la Lic. Patricia Montúfar y al Ing. Iván Carrillo por su orientación para perfeccionar el presente trabajo.

También, a las Direcciones de Gestión de Turismo de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de los cantones Riobamba y Guano por su colaboración al facilitarme información.

Joseline

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvii
RESUMEN.....	xviii
SUMMARY	xix
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1.	DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA.....	3
1.1.	Antecedentes	3
1.2.	Planteamiento del problema.....	4
1.3.	Justificación	5
1.4.	Delimitación	6
1.4.1.	<i>Localización</i>	6
1.4.2.	<i>Ubicación geográfica</i>	6
1.4.3.	<i>Límites</i>	7
1.4.4.	<i>Características de la zona</i>	7
1.4.4.1.	<i>Clima</i>	7
1.5.	Objetivos	7
1.5.1.	<i>Objetivo general</i>	7
1.5.2.	<i>Objetivos específicos</i>	8

CAPÍTULO II

2.	MARCO TEÓRICO	9
2.1.	Alojamiento turístico.....	9
2.1.1.	<i>Clasificación de establecimientos de alojamiento turístico</i>	9
2.1.1.1.	<i>Hotel</i>	11
2.2.	Modelo de negocio	11
2.2.1.	<i>Instrumentos para elaborar el modelo de negocio</i>	12
2.2.1.1.	<i>Método Canvas</i>	12
2.2.1.2.	<i>Design Thinking: Método doble diamante</i>	14
2.3.	Plan de Negocios	16

2.4.	Estudio de mercado	16
2.4.1.	<i>Oferta</i>	17
2.4.2.	<i>Demanda</i>	17
2.4.3.	<i>Confrontación oferta – demanda</i>	17
2.5.	Estudio técnico	18
2.6.	Estudio ambiental	18
2.6.1.	<i>Check list (lista de chequeo)</i>	19
2.7.	Estudio legal	19
2.8.	Estudio administrativo	19
2.8.1.	<i>Organigrama</i>	20
2.8.2.	<i>Manual de funciones</i>	20
2.8.3.	<i>Manual de procedimientos</i>	21
2.9.	Estrategias de comercialización	21
2.9.1.	<i>4C de Marketing</i>	22
2.9.2.	<i>Nuevas tendencias del marketing</i>	23
2.10.	Estudio financiero	23

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	25
-----------	---------------------------------	----

CAPÍTULO IV

4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	30
4.1.	Estudio de mercado	30
4.1.1.	<i>Análisis de la oferta</i>	30
4.1.1.1.	<i>Análisis de la oferta actual</i>	30
4.1.1.2.	<i>Análisis de la oferta complementaria</i>	33
4.1.1.3.	<i>Análisis de la oferta sustitutiva</i>	38
4.1.2.	<i>Análisis de la demanda</i>	42
4.1.2.1.	<i>Perfil de la demanda</i>	42
4.1.2.2.	<i>Nicho de mercado a captar</i>	44
4.1.3.	<i>Confrontación oferta – demanda</i>	44
4.1.3.1.	<i>Proyecciones oferta</i>	45
4.1.3.2.	<i>Proyecciones demanda</i>	45
4.1.3.3.	<i>Cálculo de la demanda potencial</i>	46
4.1.3.4.	<i>Cálculo de la demanda insatisfecha</i>	46

4.1.3.5.	<i>Cálculo de la demanda objetivo</i>	47
4.1.3.6.	<i>Consumo aparente por producto</i>	47
4.2.	Diseño técnico de la oferta principal y complementaria	49
4.2.1.	<i>Lienzo del negocio</i>	49
4.2.2.	<i>Validación del lienzo del negocio mediante el método doble diamante</i>	52
4.2.3.	<i>Diseño arquitectónico</i>	53
4.2.3.1.	<i>Dimensiones de la edificación</i>	56
4.2.3.2.	<i>Características de la construcción</i>	57
4.2.3.3.	<i>Materiales de construcción</i>	58
4.2.3.4.	<i>Distribución</i>	58
4.2.3.5.	<i>Presupuesto</i>	59
4.2.4.	<i>Diseño del servicio</i>	60
4.2.4.1.	<i>Alojamiento</i>	60
4.2.4.2.	<i>Alimentación</i>	68
4.2.4.3.	<i>Gimnasio</i>	74
4.2.4.4.	<i>Tienda de artesanías</i>	76
4.2.4.5.	<i>Área de lavandería</i>	77
4.2.4.6.	<i>Área de comedor para colaboradores</i>	79
4.2.4.7.	<i>Bodegas</i>	80
4.2.4.8.	<i>Recepción para los servicios de: alojamiento, alimentos y bebidas y lounge bar</i>	81
4.2.4.9.	<i>Oficina de administración</i>	84
4.2.4.10.	<i>Lounge bar</i>	85
4.2.5.	<i>Diseño de experiencias</i>	87
4.2.5.1.	<i>Experiencia gastronómica</i>	87
4.2.5.2.	<i>Experiencias culturales – educativas</i>	88
4.2.6.	<i>Empaquetamiento de servicios</i>	90
4.3.	Estrategias de comercialización	95
4.3.1.	<i>Estrategias dirigidas al cliente o consumidor</i>	95
4.3.2.	<i>Estrategias de comunicación</i>	96
4.3.3.	<i>Estrategias de conveniencia</i>	99
4.3.4.	<i>Estrategias de costo</i>	100
4.4.	Estudios	101
4.4.1.	<i>Estudio legal</i>	101
4.4.1.1.	<i>Requisitos para el funcionamiento</i>	101
4.4.2.	<i>Estudio administrativo</i>	105
4.4.2.1.	<i>Misión</i>	105
4.4.2.2.	<i>Visión</i>	105

4.4.2.3.	<i>Valores corporativos</i>	106
4.4.2.4.	<i>Política de calidad</i>	106
4.4.2.5.	<i>Políticas de operación</i>	107
4.4.2.6.	<i>Política ambiental</i>	109
4.4.2.7.	<i>Organigrama estructural</i>	109
4.4.2.8.	<i>Organigrama funcional</i>	110
4.4.2.9.	<i>Gestión del talento humano</i>	111
4.4.2.10.	<i>Manual de funciones</i>	112
4.4.2.11.	<i>Manual de procedimientos administrativos</i>	124
4.4.2.12.	<i>Manual de procedimientos operativos</i>	129
4.4.3.	<i>Estudio ambiental</i>	135
4.4.3.1.	<i>Check list</i>	135
4.4.3.2.	<i>Plan de mitigación</i>	139
4.4.4.	<i>Estudio económico – financiero</i>	140
4.4.4.1.	<i>Estudio económico</i>	140
4.4.4.2.	<i>Estudio financiero</i>	151

CAPÍTULO V

5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	152
5.1.	Conclusiones	152
5.2.	Recomendaciones	154

GLOSARIO

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Clasificación de establecimientos de alojamiento turístico.....	9
Tabla 2-2:	Características del hotel y hotel apartamento.....	11
Tabla 3-2:	Elementos del modelo Canvas.....	13
Tabla 4-2:	Elementos del modelo doble diamante.....	15
Tabla 5-2:	Descripción de los elementos de las 4C's de marketing.....	22
Tabla 1-3:	Establecimientos de alojamiento de Riobamba.....	25
Tabla 2-3:	Establecimientos de alimentos y bebidas de Riobamba.....	25
Tabla 3-3:	Establecimientos de intermediación de Riobamba.....	26
Tabla 4-3:	Establecimientos de operación e intermediación de Riobamba.....	26
Tabla 5-3:	Establecimientos de parques de atracciones estables de Riobamba.....	26
Tabla 6-3:	Empresas de transporte turístico de Riobamba.....	26
Tabla 7-3:	Centros de turismo comunitario de Riobamba.....	26
Tabla 8-3:	Caracterización de la oferta sustitutiva de Riobamba y Guano.....	26
Tabla 9-3:	Perfil del turista nacional que visita a Riobamba.....	27
Tabla 10-3:	Presupuesto de construcciones y edificaciones.....	28
Tabla 11-3:	Ficha de detalle de las áreas del Hotel San Rafael.....	28
Tabla 1-4:	Establecimientos de alojamiento de Riobamba.....	30
Tabla 2-4:	Establecimientos de alimentos y bebidas de Riobamba.....	34
Tabla 3-4:	Establecimientos de intermediación de Riobamba.....	35
Tabla 4-4:	Establecimientos de operación e intermediación de Riobamba.....	36
Tabla 5-4:	Establecimientos de parques de atracción estables de Riobamba.....	37
Tabla 6-4:	Empresas de transporte turístico de Riobamba.....	37
Tabla 7-4:	Centros de Turismo Comunitario de Riobamba.....	38
Tabla 8-4:	Caracterización de la oferta sustitutiva de Riobamba y Guano.....	39
Tabla 9-4:	Perfil del turista nacional que visita a Riobamba.....	42
Tabla 10-4:	Proyecciones de la oferta.....	45
Tabla 11-4:	Proyecciones de la demanda.....	46
Tabla 12-4:	Cálculo de la demanda potencial.....	46
Tabla 13-4:	Cálculo de la demanda insatisfecha.....	47
Tabla 14-4:	Cálculo de la demanda objetivo.....	47
Tabla 15-4:	Consumo aparente por producto.....	48
Tabla 16-4:	Consumo aparente de alojamiento por tipo de habitación.....	48
Tabla 17-4:	Consumo aparente de alojamiento por tipo de paquete.....	48
Tabla 18-4:	Consumo aparente de alojamiento por actividades complementarias.....	49

Tabla 19-4: Lienzo del negocio	50
Tabla 20-4: Presupuesto de la construcción.....	59
Tabla 21-4: Diseño técnico del alojamiento.....	60
Tabla 22-4: Diseño técnico de las suites matrimoniales	63
Tabla 23-4: Diseño técnico de las habitaciones simples	64
Tabla 24-4: Diseño técnico de las habitaciones dobles.....	65
Tabla 25-4: Diseño técnico de las habitaciones triples	66
Tabla 26-4: Requerimientos para el servicio de alojamiento.....	67
Tabla 27-4: Diseño técnico del restaurante.....	68
Tabla 28-4: Diseño técnico del área de cocina.....	70
Tabla 29-4: Diseño técnico del área de comedor	71
Tabla 30-4: Requerimientos para el servicio de alimentación	73
Tabla 31-4: Diseño técnico del gimnasio.....	74
Tabla 32-4: Requerimientos para el servicio de gimnasio	75
Tabla 33-4: Diseño técnico de la tienda de artesanías	76
Tabla 34-4: Requerimientos para la tienda de artesanías	77
Tabla 35-4: Diseño técnico de la lavandería	77
Tabla 36-4: Requerimientos para el servicio de lavandería	78
Tabla 37-4: Diseño técnico del comedor para colaboradores	79
Tabla 38-4: Requerimientos del comedor para colaboradores.....	80
Tabla 39-4: Diseño técnico de las bodegas.....	80
Tabla 40-4: Requerimientos de las bodegas.....	81
Tabla 41-4: Diseño técnico de las recepciones para los servicios.....	82
Tabla 42-4: Requerimientos de las recepciones para los servicios	83
Tabla 43-4: Diseño técnico de la oficina de administración	84
Tabla 44-4: Requerimientos de la oficina de administración.....	85
Tabla 45-4: Diseño técnico del lounge bar	85
Tabla 46-4: Requerimientos para el lounge bar	86
Tabla 47-4: Experiencia gastronómica	88
Tabla 48-4: Experiencia cultural – educativa 1.....	88
Tabla 49-4: Experiencia cultural – educativa 2.....	89
Tabla 50-4: Experiencia cultural – educativa 3.....	90
Tabla 51-4: Paquete escape mágico (familiar).....	90
Tabla 52-4: Costos del paquete escape mágico.....	91
Tabla 53-4: Paquete entre magia y primicias (amigos).....	92
Tabla 54-4: Costos del paquete entre magia y primicias	92
Tabla 55-4: Paquete romance y tradición (parejas).....	93

Tabla 56-4: Costos del paquete romance y tradición	93
Tabla 57-4: Paquete ciudad <i>express</i> (individual)	94
Tabla 58-4: Costos del paquete ciudad <i>express</i>	94
Tabla 59-4: Canales de comercialización	95
Tabla 60-4: Estrategias dirigidas al cliente o consumidor	96
Tabla 61-4: Medios de difusión de la marca	97
Tabla 62-4: Gastos de promoción y publicidad	99
Tabla 63-4: Estrategias de convivencia.....	99
Tabla 64-4: Estrategias de costo	100
Tabla 65-4: Requisitos para obtener el certificado de Registro de Turismo por primera vez	102
Tabla 66-4: Requisitos y procedimiento para la obtención de la LUAF.....	105
Tabla 67-4: Objetivos de calidad de cada departamento.....	106
Tabla 68-4: Plan de recompensas e incentivos para el personal	112
Tabla 69-4: Manual de funciones.....	113
Tabla 70-4: Manual de funciones de la gerente general	115
Tabla 71-4: Manual de funciones del responsable de talento humano	116
Tabla 72-4: Manual de funciones del responsable de marketing	117
Tabla 73-4: Manual de funciones del responsable de compras.....	118
Tabla 74-4: Manual de funciones del contador/a.....	119
Tabla 75-4: Manual de funciones del o la recepcionista.....	120
Tabla 76-4: Manual de funciones de la ama de llaves	121
Tabla 77-4: Manual de funciones del chef.....	122
Tabla 78-4: Manual de funciones del mesero	123
Tabla 79-4: Manual de funciones del mesero	124
Tabla 80-4: <i>Check list</i> desarrollo empresarial.....	135
Tabla 81-4: <i>Check list</i> construcción: edificios, viviendas.....	136
Tabla 82-4: <i>Check list</i> eficiencia energética	137
Tabla 83-4: <i>Check list</i> residuos	138
Tabla 84-4: Plan de mitigación	139
Tabla 85-4: Inversión total.....	140
Tabla 86-4: Fuentes de financiamiento	141
Tabla 87-4: Amortizaciones de la deuda.....	142
Tabla 88-4: Depreciación de activos fijos.....	143
Tabla 89-4: Amortización de activos diferidos.....	143
Tabla 90-4: Estructura de costos y gasto	144
Tabla 91-4: Ingresos	145
Tabla 92-4: Estado de resultados	147

Tabla 93-4: Costos fijos y costos variable	148
Tabla 94-4: Punto de equilibrio	149
Tabla 95-4: Flujo de caja	150
Tabla 96-4: Ratios financieros	151

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-1:	Mapa de localización del predio	6
Ilustración 2-2:	Elementos del modelo Canvas.....	13
Ilustración 3-2:	Elementos del modelo doble diamante	15
Ilustración 4-4:	Modelo doble diamante aplicado al Hotel San Rafael	52
Ilustración 5-4:	Plano arquitectónico general de distribución de las áreas en el hotel 1-2....	54
Ilustración 6-4:	Plano arquitectónico general de distribución de las áreas en el hotel 2-2....	55
Ilustración 7-4:	Cuadro de áreas por planta del Hotel San Rafael.....	56
Ilustración 8-4:	Habitaciones en la segunda planta alta	61
Ilustración 9-4:	Habitaciones en la tercera planta alta.....	62
Ilustración 10-4:	Suite matrimonial.....	63
Ilustración 11-4:	Habitación simple	64
Ilustración 12-4:	Habitación doble.....	65
Ilustración 13-4:	Habitación triple	66
Ilustración 14-4:	Restaurante planta baja	69
Ilustración 15-4:	Restaurante primera planta alta.....	69
Ilustración 16-4:	Cocina	70
Ilustración 17-4:	Comedor planta baja	71
Ilustración 18-4:	Comedor primera planta alta.....	72
Ilustración 19-4:	Gimnasio.....	75
Ilustración 20-4:	Tienda de artesanías.....	76
Ilustración 21-4:	Lavandería	78
Ilustración 22-4:	Comedor para colaboradores	79
Ilustración 23-4:	Bodega segunda planta alta.....	81
Ilustración 24-4:	Recepción servicios de: alojamiento y alimentos y bebidas.....	82
Ilustración 25-4:	Mostrador en el lounge bar.....	82
Ilustración 26-4:	Oficina de administración	84
Ilustración 27-4:	Lounge bar	86
Ilustración 28-4:	Imagen oficial del establecimiento	97
Ilustración 29-4:	Organigrama estructural.....	109
Ilustración 30-4:	Organigrama estructural.....	111
Ilustración 31-4:	Flujograma del proceso para la evaluación del estado de la empresa.....	125
Ilustración 32-4:	Flujograma del proceso para la gestión de talento humano	126
Ilustración 33-4:	Flujograma del proceso de contratación de personal	127
Ilustración 34-4:	Flujograma del proceso para la diversificación de la oferta y promoción .	128

Ilustración 35-4:	Flujograma del proceso de compras	129
Ilustración 36-4:	Flujograma del proceso de control de ingresos y egresos.....	130
Ilustración 37-4:	Flujograma del proceso de reservación de servicios.....	131
Ilustración 38-4:	Flujograma del proceso de <i>check in</i> y <i>check out</i>	132
Ilustración 39-4:	Flujograma del proceso de atención al cliente: alimentos y bebidas	133
Ilustración 40-4:	Flujograma del proceso de limpieza de habitaciones e instalaciones	134

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: LISTA DE CHEQUEO DE LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

ANEXO B: FICHAS DE REGISTRO DE LA OFERTA SUSTITUTIVA DE LOS CANTONES
RIOBAMBA Y GUANO

ANEXO C: ENCUESTA DE SATISFACCIÓN POR EL SERVICIO

RESUMEN

En el presente trabajo de integración curricular se desarrolló el Plan de Negocios para la implementación del Hotel San Rafael en el barrio San Antonio, parroquia Juan de Velasco, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo. La investigación es de tipo cualitativo – cuantitativo, se realizó con los métodos: analítico, sintético y deductivo, puntualizando en el cumplimiento de cuatro objetivos específicos; el primero corresponde al estudio de mercado donde se analizó en un primer momento a la oferta actual, complementaria y sustitutiva, en un segundo momento a la demanda, definiendo el perfil de esta y el nicho de mercado a captar, por último, en la confrontación oferta – demanda se calculó las proyecciones. Para el segundo, se elaboró el diseño técnico de la oferta principal y complementaria, partiendo del lienzo del negocio bajo el método Canvas, seguido se planteó el diseño arquitectónico describiendo las características, materiales de construcción y presupuesto, después, se expone el diseño del servicio, experiencias y se precisa el empaquetamiento de los servicios que ofrecerá el hotel. En el tercero, se plantea las estrategias de comercialización y, asimismo, y para el cuarto, se realizó los estudios de tipo legal, administrativo, ambiental y económico – financiero. Como resultado se ha obtenido que el hotel ofertará 13 productos, la inversión total es de \$ 346.612,46, con RBC de 1,38, VAN de \$ 107.501,80 y TIR del 13% recuperado la inversión en el año cinco de operación. Tomando en consideración estos resultados se concluye que la implementación del proyecto es viable en el ámbito comercial, legal, administrativo, ambiental, económico y financiero, sin embargo, se recomienda que en los primeros años de operación se contrate a personal específico con el fin de no incrementar los costos de producción.

Palabras clave: <PLAN DE NEGOCIOS>, <CANVAS>, <ALOJAMIENTO>, <EXPERIENCIAS>, <ADMINISTRACIÓN>



0925-DBRA-UPT-2023

D.E.R.A.I.
Ing. Cesar Juan Castillo

SUMMARY

In this research work of curricular integration, a Business Plan was developed for the implementation of the San Rafael Hotel in San Antonio neighborhood, Juan de Velasco village, Riobamba canton, Chimborazo province. The research is a qualitative-quantitative type, because it was carried out with the following methods: analytical, synthetic and deductive, focusing on the fulfillment of four specific objectives; the first one corresponds to the market study where the current, complementary and substitute supply was analyzed at first, in a second moment to the demand, defining the profile of this and the market niche to capture, finally, in the supply - demand confrontation, the projections were calculated. For the second, the technical design of the main and complementary offer was elaborated, starting from the business canvas under the Canvas method, followed by the architectural design describing the characteristics, construction materials and budget, then, the design of the service, experiences and the packaging of the services that the hotel will offer were presented. In the third section, the marketing strategies are presented, and in the fourth section, legal, administrative, environmental and economic-financial studies were conducted. As a result, the hotel will offer 13 products, the total investment is \$346,612.46, with a RBC of 1.38, NPV of \$107,501.80 and IRR of 13%, recovering the investment in year five of operation. Taking into consideration these results, it is concluded that the implementation of the project is viable in the commercial, legal, administrative, environmental, economic and financial areas; however, it is recommended that in the first years of operation specific personnel be hired in order not to increase production costs.

Keywords: <BUSINESS PLAN>, <CANVAS>, <FITTING>, <EXPERIENCE>, <ADMINISTRATION>



Cristina Paola Chamorro Ortega

C.C. 0604237172

INTRODUCCIÓN

Con el pasar de los años la actividad turística ha alcanzado una notable importancia y ha sobresalido frente a otras, pues implica la relación del aspecto económico, social, político y cultural de muchos países. En el año 2019 según el Barómetro del Turismo Mundial, los turistas internacionales ascendieron a 1500 millones de personas, es decir, 4 millones de personas por día, lo que representó un aumento del 4% en relación con el año anterior, aportando con el 7% de las exportaciones globales, 1 de cada 10 empleados en el mundo, y más del 10% al PIB mundial (Castello, 2020, p.116).

Eso sí, este sector ha estado en constante evolución, en retrospectiva; en el año 2005, el país presentaba limitaciones en cuanto a la señalización turística, servicios básicos, conectividad terrestre, aérea y marítima, insuficiente infraestructura hotelera de primer nivel y reducido aprovechamiento de los recursos naturales y culturales (Santiago et al., 2017, p.277). Pero, debido a la iniciativa de la empresa pública y privada, aunque no en su totalidad, esto ha cambiado.

El turismo en su cadena de valor involucra a diversos sectores que se benefician entre sí. En Ecuador, es la cuarta fuente de ingresos no petroleros, por mencionar algunos datos, si se compara el año 2019 con el 2022, este último creció en ventas, ingresos de divisas, de turistas internacionales, en el movimiento del turismo interno, y, en la generación de empleo en servicios de alojamiento y de alimentos y bebidas como señala el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR, 2022d); lo que recalca una vez más su significancia.

En relación con lo anterior y para cubrir la necesidad de infraestructura turística en el país, “el servicio de alojamiento constituye un soporte estratégico de gran importancia” (Oreja, 2000; citado en Morillo 2010, p.99); por este motivo, considerando que a raíz de la pandemia el panorama turístico se transformó completamente dejando grandes lecciones, principalmente en cuanto a la resiliencia del sector, asimismo, cambiando la perspectiva de los visitantes y turistas e impulsando a empresarios a la innovación para acoplarse a esta nueva normalidad, surge la iniciativa del presente trabajo de integración curricular con un plan de negocios para la implementación del Hotel San Rafael.

De esta forma, se quiere contribuir a diversificar la oferta hotelera del cantón, generar fuentes de trabajo y aportar a mejorar las condiciones de vida de las personas de la localidad. Así también, enfatizando específicamente en el desarrollo de la empresa, remarca la importancia de contar con profesionales capacitados para asegurar la eficiencia, productividad y elevar el nivel de competitividad en el mercado, lo que favorece a aumentar la calidad de los productos y servicios

(Julca, 2016, p.135), esto llevará a satisfacer y superar las expectativas del cliente y por consiguiente, dar buena imagen al cantón.

El hotel estará ubicado geográficamente en el cantón Riobamba, pero, con conexión próxima al cantón Guano, un establecimiento de alojamiento diferente, que proyecta ofrecer al cliente un excelente servicio de calidad y que envuelva una total experiencia de inicio a fin, aprovechando la riqueza cultural, natural y gastronómica de estos dos territorios. Para su realización se establecieron cuatro capítulos.

El capítulo I contiene los antecedentes a nivel internacional, nacional y local; el problema en cuanto a la realidad del alojamiento en el cantón; la justificación donde se fundamenta las razones para la puesta en funcionamiento del presente proyecto; la delimitación del terreno; el objetivo general y los cuatro objetivos específicos.

Seguido, en el capítulo II, se aborda el marco teórico donde se exponen los conceptos bases de la investigación. En el capítulo III, se encuentra precisado la metodología utilizada para cumplir los objetivos específicos.

En el capítulo IV, se presenta el análisis e interpretación de resultados obtenidos a partir de la investigación, primero se ejecutó el estudio de mercado, luego, se procedió con el diseño técnico de la oferta principal y complementaria, a continuación, se plantearon las estrategias de comercialización y, por último, se realizaron los estudios de tipo legal, administrativo, ambiental y económico – financiero. Finalmente, se establecen las conclusiones en concordancia con los resultados, recomendaciones, bibliografía y anexos.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes

Para llegar a la actividad que ahora se conoce como alojamiento tuvieron que transcurrir muchos años, todo un proceso que ha estado en constante cambio, así pues, enfatizando en sus inicios algunas referencias históricas de la hospitalidad occidental se las puede encontrar en la Biblia Cristiana, en los mitos griegos y en los romanos, así como en la poética escandivana. Uno de los indicios más importantes de hospitalidad reglada desde el derecho es la del emperador Justiniano, quien en el siglo VI d.C instituyó algunos tratados legales (Digestas) como “La hospitalidad en posadas y en la habitación” que sirvieron para regular diferentes aspectos de la sociedad romana (Cevallos, 2020, pp.23-24).

Mientras tanto en Ecuador, durante el Imperio Inca había la costumbre de recibir huéspedes en los tambos, donde descansaban, se guarecían y se alimentaban los Chasquis; ese servicio de hospitalidad se desarrolló solamente en las principales ciudades por donde pasaban las caravanas de viajeros, nacionales o extranjeros (Valverde-Lasso, 2018, p.58). Tiempo después, para instaurar establecimientos de alojamiento en el país el “proceso que se dio entre las casas familiares, las casas de huéspedes y las casas de arriendo marcaron un aspecto importante en la hospitalidad” (Cevallos, 2015, p.46).

Debido al crecimiento de la demanda y con la finalidad de estrechar alianzas nacionales e internacionales en la ciudad de Guayaquil se creó la Asociación Hotelera del Ecuador (AHOTEC) con su nombre actual Federación Hotelera del Ecuador el 22 de noviembre de 1955, ya para el año 1987 esta se convirtió en una asociación a nivel nacional (Gallegos y Ramón, 2016, pp.33-34), en la actualidad existen también asociaciones provinciales.

En este sentido, en lo que respecta a la industria turística que presta servicios de alojamiento y de alimentos y bebidas, “se apropia del concepto de hospitalidad para referirse al encuentro entre el anfitrión y huésped que tiene como propósito satisfacer las necesidades de éste, en el marco de un ambiente material, psicológico y cultural” (Vázquez y Osorio, 2004, p.7), a través, de una transacción económica.

El sector de alojamiento representa un segmento fundamental para el progreso socio económico del país pues no solo dinamiza la economía interna por su capacidad de creación de empleo,

también se establece como un eje de fuerte influencia en el crecimiento de otros sectores como los servicios públicos, la construcción, el transporte y el entretenimiento (Ekos, 2015). En la hospitalidad referirse a las experiencias de los huéspedes es hablar de momentos memorables e impresiones personales con emociones que involucran a los clientes durante su estadía (Alves y Barcellos, 2019, pp.295-296), este es un aspecto importante por el cual velar, pues, influye directamente en la decisión futura de compra o de compartir con otras personas.

A lo largo de los últimos años, el país ha estado impulsando para que el turismo se convierta en un sector estratégico y sin duda alguna la hotelería es primordial para ello (Meléndez, 2015, p.39). Ecuador ha ido visibilizándose a escala mundial, por lo que, debido a sus características principalmente de biodiversidad para Forbes (2022), es el tercer país sudamericano más bello del mundo; esto indudablemente representa un gran reto para seguir mejorando la calidad y diversificando la oferta en todos los espacios del territorio.

Riobamba cuenta con atractivos de gran importancia y jerarquía capaces de atraer a grandes masas de turistas, además que, de acuerdo con el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Riobamba (GADM-R, 2020, p.94), promover al turismo como una de las principales actividades económicas del cantón en todas sus formas aprovechando los recursos eficientemente distribuidos en el territorio es uno de las principales estrategias que consta en el PDOT y que se han puesto en marcha desde hace algunos años, es así que, para el año 2018 se registró el ingreso de 89.647 turistas y visitantes entre nacionales y extranjeros a Riobamba (Zurita et al., 2021, p.109), misma que cuenta con 65 establecimientos de alojamiento registrados con 4.178 plazas (MINTUR, 2022).

Ahora bien, tomando en cuenta los recursos naturales, culturales, la historia y costumbres de la ciudad de Riobamba se puede evidenciar una gran oportunidad para aprovechar todo lo existente, es por esto que, con el presente trabajo se pretende implementar un establecimiento de alojamiento capaz de satisfacer la nueva y exigente demanda.

1.2. Planteamiento del problema

Por una parte, entendiendo la potencialidad turística de Riobamba, ya que, posee una gran riqueza cultural, natural y patrimonial que atrae a propios y extraños que tienen la intención de conocer y descubrir este hermoso rincón del Ecuador y añadiendo el actual desarrollo turístico que existe en cuanto a creación de oferta y promoción para posicionar la marca con el slogan “Riobamba tu mejor plan” con la finalidad de desprenderse de la idea de concebir a la Sultana de Los Andes como una ciudad de paso.

Y, por otra parte, el deseo de convertirla en destino turístico, es fundamental entre otros factores contar con infraestructura turística, por consiguiente, surge la necesidad de implementar un hotel que aporte en este sentido, cumpliendo con altos estándares de calidad, legalmente registrado, con procesos estandarizados y especializados para el disfrute de visitantes o turistas principalmente nacionales, pero, también internacionales.

En este contexto, es inevitable no pensar en emprender en esta ciudad que cuenta con características aptas para el desarrollo y la potencialización turística de la provincia y del país, es momento de proponer negocios alineados con las nuevas tendencias y que, además, aporte a la sociedad mejorando la calidad de vida de la población local.

De la misma manera, tomando en cuenta que por lo general la organización y el desarrollo empresarial de los establecimientos turísticos se encuentran estructurados de forma empírica, provoca que disminuya las posibilidades de crecimiento; es por esto que, para la implementación del Hotel San Rafael es elemental establecer un plan de negocio con la finalidad de que el mismo sea exitoso y competitivo en el mercado, es así que, se requiere de una planificación estratégica para maximizar los beneficios del emprendimiento desde antes de su funcionamiento.

1.3. Justificación

El turismo es una industria que se configura como uno de los principales sectores económicos a nivel internacional y en el caso del Ecuador, con toda seguridad es un valioso generador de divisas, por ejemplo, en el año 2019 aportó en promedio el 2,2% al PIB, es decir, alrededor de 2.398 millones de dólares (MINTUR, 2019). Mientras que, durante el 2021 Ecuador evidenció un gran crecimiento turístico con un 25,8%, “frente al promedio del 4% a escala mundial y al 17% del continente Americano” (MINTUR, 2022a), a esto se le suma las iniciativas a nivel local, nacional e internacional en estrategias de promoción con el objetivo de atraer divisas e inyectarlas a la economía del país, y, además, de lograr la circulación y redistribución de recursos.

En relación con eso, invertir en este sector significa contribuir a diversificar la oferta hotelera del cantón y la provincia, bajo criterios y estándares necesarios para superar las expectativas de los turistas. Asimismo, la implementación del Hotel San Rafael debido a su privilegiada ubicación, al estar en el Corazón de la Patria será punto central para la movilidad y desplazamiento de turistas por el país y principalmente por los cantones Riobamba y Guano.

Del mismo modo, el plan de negocios es imprescindible para visualizar el escenario al que se enfrentará el hotel, así como para definir las características de la empresa que se va a edificar y

los resultados esperados; en definitiva, es una guía de acción clave para presentar la empresa al mundo con las mejores características, y adicionalmente, prevenir o tener estrategias de futuros inconvenientes y de esta forma evitar improvisaciones sobre la marcha. Finalmente, cabe mencionar que, mediante este, el proceso de la implementación del hotel y posterior funcionamiento garantizará la calidad en todos los aspectos para orientar a la empresa hacia la excelencia y mejora continua con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes.

1.4. Delimitación

1.4.1. Localización

El cantón Riobamba ocupa una superficie de 979,70 km² (GAD-M Riobamba, 2020, p.9), cuenta con 5 parroquias urbanas: Lizarzaburu, Maldonado, Velasco y Veloz, y 11 parroquias rurales: Cacha, Calpi, Cubijés, Flores, Licán, Licto, Pungalá, Punín, Quimiag, San Juan y San Luis. Riobamba tiene una extensión de 5.637 km²; la temperatura promedio es de 13 °C y su altitud es de 2.754 m.s.n.m. (Dirección de Gestión de Turismo de GADM Riobamba, 2022).

En la parroquia Juan de Velasco se ubica el barrio San Antonio que está entre Guano y Riobamba, en un sitio estratégico rodeado de la Universidad Nacional de Chimborazo, el Paseo Shopping, unidades educativas privadas de prestigio y es un punto cercano a los atractivos naturales y culturales de los dos cantones.

1.4.2. Ubicación geográfica

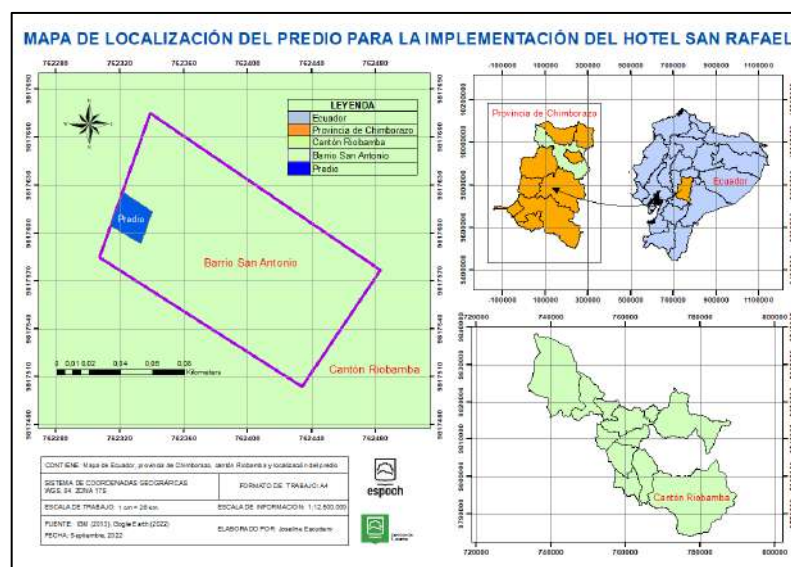


Ilustración 1-1: Mapa de localización del predio

Realizado por: Escudero, J., 2023

El sitio de estudio se encuentra en las siguientes coordenadas:

- **Sistema de coordenadas:** UTM WGS 84
- **Zona:** 17 S
- **Eje X (este):** 762.316,64 m
- **Eje Y (sur):** 981.7612,99 m

1.4.3. Límites

El Hotel San Rafael se implementará en el lote de terreno Nro. 6 del señor Rafael Escudero y la señora Martha Moyón ubicado en el barrio San Antonio, parroquia Juan de Velasco, perteneciente al cantón Riobamba, provincia de Chimborazo. Sus límites son:

- **Norte:** Av. Antonio José de Sucre
- **Sur:** propiedad particular
- **Este:** lote de terreno Nro. 5
- **Oeste:** lote de terreno Nro. 7

1.4.4. Características de la zona

1.4.4.1. Clima

Según la clasificación de W. Thornthwaite, basado en la altitud del Cantón Riobamba de 3.200 hasta 6.310 m.s.n.m, encontramos 3 tipos de climas: frío moderado, templado frío, y semifrío; el promedio de temperatura máxima general anual del cantón es de 24,1 °C y su media 13,6 °C. En la ciudad de Riobamba se registra una precipitación 394 mm anuales (GADM-R, 2020, pp.38-110).

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Elaborar el Plan de Negocio para la implementación del Hotel San Rafael en el barrio San Antonio, parroquia Juan de Velasco, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

1.5.2. Objetivos específicos

- Elaborar el estudio de mercado para la implementación del Hotel San Rafael en el barrio San Antonio, parroquia Juan de Velasco, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.
- Diseñar técnicamente la oferta principal y complementaria del Hotel San Rafael.
- Establecer estrategias de comercialización para el posicionamiento del hotel en el mercado nacional.
- Elaborar los estudios legal, administrativo, ambiental y económico - financiero para la operación del hotel.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Alojamiento turístico

El Art. 3 del Reglamento de Alojamiento Turístico (2022), menciona: “el alojamiento es una actividad turística que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas, que consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros”.

En otras palabras, corresponde a una o las edificaciones acondicionadas con servicios de hospedaje y complementarios; hay diferentes tipos de establecimientos que cumplen requerimientos específicos dependiendo del segmento al que se dirigen.

2.1.1. Clasificación de establecimientos de alojamiento turístico

El Reglamento de Alojamiento Turístico establece la clasificación de los establecimientos de la siguiente manera como se describe en la tabla 1-2:

Tabla 1-2: Clasificación de establecimientos de alojamiento turístico

Clasificación	Nomenclatura	Servicios	Capacidad
Hotel	H	Hospedaje en habitaciones privadas, cuenta con servicio de alimentos y bebidas.	Mínimos con cinco habitaciones.
Hostal	HS	Hospedaje en habitaciones privadas o compartidas; puede prestar servicio de alimentos y bebidas.	Mínimos con cinco habitaciones.
Hostería	HT	Hospedaje en habitaciones o cabañas privadas; presta el servicio de alimentos y bebidas. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes, estacionamiento	Mínimos con cinco habitaciones.
Hacienda Turística	HA	Hospedaje en habitaciones privadas y/o compartidas, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos y culturales. Cuenta con estacionamiento y presta servicio de	Mínimos con cinco habitaciones..

Clasificación	Nomenclatura	Servicios	Capacidad
		alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios.	
Lodge	L	Hospedaje en habitaciones o cabañas privadas y/o compartidas conforme a su categoría. Ubicado en entornos naturales. Presta el servicio de alimentos y bebidas	Mínimos con cinco habitaciones
Resort	RS	Hospedaje en habitaciones privadas, ofrece actividades de recreación, diversión, deportivas y/o de descanso, en el que se privilegia el entorno natural; posee diversas instalaciones, equipamiento y variedad de servicios complementarios. Presta el servicio de alimentos y bebidas.	Mínimos con cinco habitaciones
Refugio	RF	Hospedaje en habitaciones privadas y/o compartidas; dispone de un área de estar, comedor y cocina y puede proporcionar otros servicios complementarios. Se encuentra localizado generalmente en montañas y en áreas naturales protegidas, su finalidad es servir de protección a las personas que realizan actividades de turismo activo.	
Campamento Turístico	CT	Hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña; dispone como mínimo de cuartos de baño y aseo compartidos cercanos al área de campamento. Dispone de facilidades exteriores para preparación de comida y descanso, además ofrece seguridad y señalética interna en toda su área.	
Casa de Huéspedes	CH	Hospedaje se ofrece en la vivienda en donde reside el prestador de servicio; cuenta con habitaciones privadas con cuartos de baño y aseo privado; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno y/o cena) a sus huéspedes.	Mínima será de dos y máximo de cuatro habitaciones destinadas al alojamiento de los turistas, con un máximo de seis plazas por establecimiento.

Fuente: Reglamento de Alojamiento Turístico, 2022

Realizado por: Escudero, J., 2023

2.1.1.1. Hotel

El hotel es uno de los nueve establecimientos turísticos reconocidos en el Reglamento de Alojamiento Turístico del país, el mismo que debe cumplir con los requisitos correspondientes a su clasificación y categoría. Se define a hotel como establecimiento de alojamiento turístico con las siguientes características que se sintetizan en la tabla 2-2:

Tabla 2-2: Características del hotel y hotel apartamento

	Instalaciones	Servicios	Capacidad
Hotel	Habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo.	Alimentos y bebidas en un área definida como restaurante o cafetería, según su categoría, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios.	Mínimo de 5 habitaciones.
Hotel Apartamento	Apartamentos que integren una unidad para este uso exclusivo; con mínimo los siguientes ambientes: dormitorio, baño, sala de estar integrada con comedor y cocina equipada.	Facilita la renta y ocupación de estancias largas.	

Fuente: Reglamento de Alojamiento Turístico, 2022

Realizado por: Escudero, J., 2023

En definitiva, un hotel es una edificación con equipamiento, instalaciones y áreas de uso privado y común que fueron debidamente planificadas para prestar el servicio de alojamiento.

2.2. Modelo de negocio

Se define a un modelo de negocio como la manera de relacionar a los socios, proveedores y clientes mediante la ejecución de actividades específicas con responsables determinados, para satisfacer las necesidades del mercado y generar negociación entre las partes (Zott y Amit, 2009, p.110).

Asimismo, un modelo de negocio desde el punto de vista de Osterwalder y Pigneur (2011, p.14), “describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor”, por lo que, para tener una visión holística y realista del desarrollo de ventaja competitiva se enlaza causas y efectos

para lograr integrar en un solo componente los aspectos de posicionamiento y sostenibilidad (Ricart, 2009, p.22).

Así pues, un modelo de negocio eficiente requiere de combinaciones exclusivas de recursos y capacidades que proporcionan una mayor creación de valor, y como resultado mayor ingresos a la empresa (Cevilla y Puente, 2013, p.293); por lo que, es necesario adaptar el modelo en relación con el entorno en el que se esté desarrollando la empresa; como un proceso dinámico y continuo; con la finalidad de que no pierda su funcionalidad con el tiempo (Naranjo, 2015, p.40).

En fin, es un mecanismo para clarificar las ideas, determinar las características de la demanda, especificar los servicios y la diferenciación de estos con la competencia, y la forma en que se llegará a los clientes buscando generar ingresos y beneficios.

2.2.1. Instrumentos para elaborar el modelo de negocio

2.2.1.1. Método Canvas

El método Canvas fue propuesta por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur, es una herramienta de innovación estratégica; es útil para examinar completamente a una empresa y en base a ello establecer un modelo que se ajuste a la situación de cada caso (Visconti, 2017, p.2). Tiene la finalidad de establecer una conexión concatenada entre los elementos de la organización; es así que, con la utilización de un lienzo se detallan desde la idea del negocio, hasta los diferentes factores que influirán en ella al momento de su funcionamiento (Ferreira-Herrera, 2015, p.71).

Escobar et al., (2018, p.47) recalca que Canvas es un modelo que permite explicar la relación entre las diferentes áreas de la empresa como: la segmentación del mercado, los socios, los recursos y las actividades adecuadas, y mediante esto, conocer la propuesta de valor que se ofrece a los clientes, captando más consumidores con el objetivo de incrementar la rentabilidad del negocio. “La ventaja de este esquema es que permite analizar y comunicar fácilmente y en equipo, la estrategia aplicada a cada fase del plan, corregir e innovar” (Sonderegger, 2020, p.7).

Este modelo se divide en nueve elementos primordiales donde se visibiliza la lógica que sigue una empresa para poder generar ingresos. Estos componentes corresponden a cuatro áreas principales de un negocio que son: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica (Saltos, 2020, p.12).

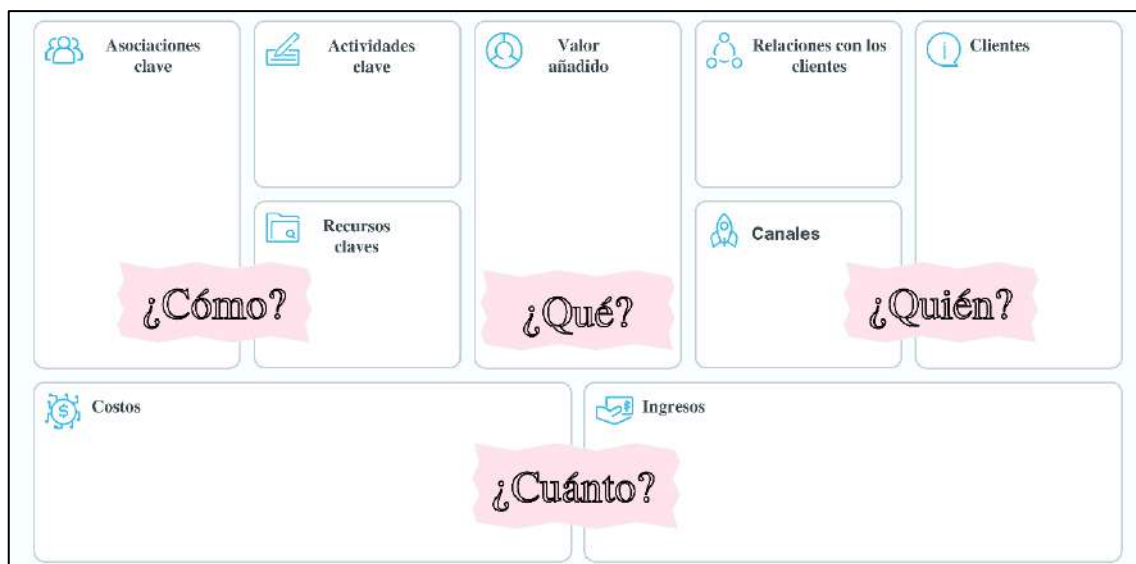


Ilustración 2-2: Elementos del modelo Canvas.

Fuente: Osterwalder y Pigneur; citado en Lozano et al., 2019

Realizado por: Escudero, J., 2023

Ferreira (2015, p.77), describe los nueve módulos de la siguiente manera como se detalla en la tabla 3-2:

Tabla 3-2: Elementos del modelo Canvas

Elementos	Descripción
Segmentos de mercado	Una empresa atiende a uno o varios segmentos del mercado. Se debe segmentar para conocer el nicho y oportunidades del negocio.
Propuestas de valor	Busca resolver el problema del cliente y definir los elementos diferenciadores de la competencia. Debe existir una correspondencia entre la propuesta de valor y el segmento de clientes, lo cual lleva a entender y dimensionar el producto mínimo viable. No se debe sesgar con la idea de negocio, no en términos de producto sino de la solución.
Canales	¿Cómo se comunica la compañía con los segmentos para entregar valor? Las propuestas de valor llegan a los clientes a través de canales de comunicación, distribución y venta.
Relaciones con clientes	Se establecen y mantienen de forma independiente en los diferentes segmentos de mercado.

Elementos	Descripción
Fuentes de ingresos	Las fuentes de ingresos se generan cuando los clientes adquieren las propuestas de valor ofrecidas. Se deben determinar las fuentes de ingresos, tanto operacionales, como no operacionales.
Recursos clave	Reconocer los activos y recursos clave que se necesitan como piezas imprescindibles en el engranaje de la idea empresarial.
Actividades clave	¿Qué es lo fundamental para que el modelo funcione? Alcanzar los objetivos del negocio requiere de una serie de actividades clave.
Asociaciones clave	¿Qué tipo de socios se requiere? Algunas actividades se externalizan y determinados recursos se adquieren fuera de la empresa. En otras palabras, definir las estrategias de <i>networking</i> con potenciales socios o proveedores, entre otras figuras importantes.

Fuente: Ferreira, 2015

Realizado por: Escudero, J., 2023

2.2.1.2. Design Thinking: Método doble diamante

Para empezar, hay que tener claro que *Design Thinking* es una disciplina que usa la sensibilidad y los métodos del diseñador para hacer coincidir las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y con lo que una estrategia viable de negocios puede convertir en valor para el cliente y en una oportunidad de mercado (Brown 2008, p.4). No solamente se enfocan en la creación de servicios y productos, se basa también en la capacidad para: reconocer patrones, ser intuitivo, construir ideas emocionales, funcionales, y expresarse en los medios de comunicación que no sean símbolos o palabras (Castillo-Vergara, et al., 2014, p.303).

En el actual contexto dinámico, tecnológico y competitivo las diferentes metodologías de *Design Thinking* van revelando su funcionalidad; simplificando el trabajo en equipo, la retroalimentación, el error en la fase de diseño, la prototipación rápida y el aprendizaje. Contribuyendo un intangible de alto valor económico y perfeccionamiento profesional como es la flexibilidad (Castillo, 2019, p.84).

En resumen, *Design Thinking* contribuye a solucionar problemas y necesidades utilizando como medio un proceso creativo y la innovación, alineando de esta forma la viabilidad económica con la técnica; no solo pensando en lo material de un producto sino también lo que este transmite a las personas.

Un ejemplo de ello es el modelo doble diamante, Castillo (2019, p.88), cuyo fin es desarrollar técnicas creativas y patrones de emprendimientos. Es una metodología que permite abordar problemáticas complejas en las que se requiere definir el problema a profundidad y de manera correcta para así posteriormente llegar a la solución.

“También, cuenta con momentos de iteración que permiten refinar las ideas y evolucionar el problema para generar proyectos potentes y significativos” (Salazar, 2021, pp.66-67). Se divide en cuatro fases: descubrir, definir, desarrollar y entregar.

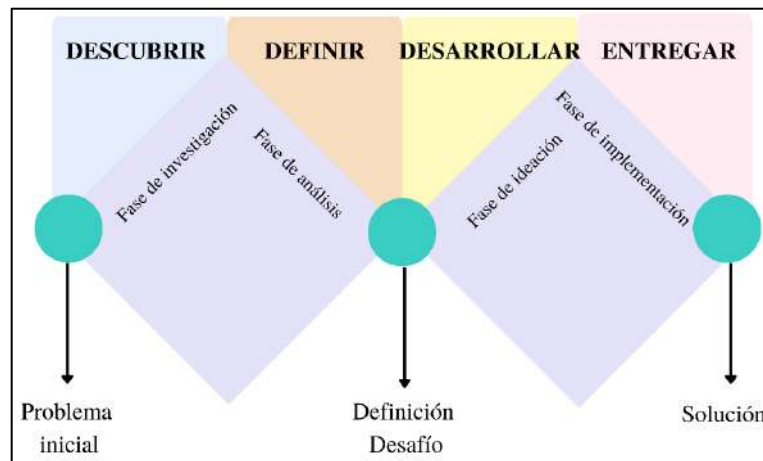


Ilustración 3-2: Elementos del modelo doble diamante

Fuente: Design Council, 2013; citado en Moreno et al., 2019

Realizado por: Escudero, J., 2023

El esquema ayuda a exponer, estructurar y mostrar la interacción interna del proceso de diseño (Salazar, 2021, pp.66-67), estos son:

Tabla 4-2: Elementos del modelo doble diamante

Elementos	Descripción
Descubrir	Este paso permite comprender en lugar de simplemente asumir la problemática. Implica hablar he involucrarse en los problemas.
Definir	Aquí se utiliza la información recopilada en la fase de descubrimiento y se busca definir el desafío y problema de una manera diferente.
Desarrollar	En este paso se busca dar diferentes respuestas a un problema claramente definido, se indaga inspiración en otros lugares y personas
Entregar	En esta fase se prueban diferentes soluciones a pequeña escala, se rechazan las que no funcionan y mejorar las que tienen potencial.

Fuente: Salazar, 2021

Realizado por: Escudero, J., 2023

2.3. Plan de Negocios

Es el resultado de un proceso de planificación que se plasma en un documento escrito de forma clara, puntual y sencilla; sirve para guiar una empresa, allí se muestran desde los objetivos que se desean conseguir hasta las actividades que se desarrollarán para lograrlos (Weinberger, 2009, p.33); este escrito es la carta de presentación de la empresa, servirá también como herramienta de gestión que contribuya a sostener la idea, y a atraer nuevos accionistas (Santos, 2015, p.5).

Poseer uno de estos permite su ejecución de manera más sencilla y acertada, puesto que, con el plan se anticipa y previene ciertos acontecimientos y ayuda a aminorar el impacto y que este sea lo más imperceptible posible (Rocha, 2013, p.70); por lo que, “debe ser riguroso, preciso, entendible, analítico, profesional y lo más exhaustivo posible” (López, 2020, p.28).

Los planes de negocios no son iguales; están esbozados basándose en el tamaño y giro de la empresa, cada uno tiene la esencia de la persona que lo realizó, lo que impide tener un mismo formato para todos los casos, aunque puede afirmarse que la mayoría tiene sus similitudes (Fleitman, 2013, p.1); su objetivo es describir y comunicar un proyecto definido a través de la explicación detallada de cómo, cuándo y con qué recursos se va a implementar (Cano, 2018, p.8).

El plan de negocios es una herramienta estratégica que debe tener todos los emprendedores donde se plasma paso a paso para lograr el objetivo y que servirá como guía al momento de plasmarlo en la realidad.

2.4. Estudio de mercado

En el estudio de mercado se examina la oferta, demanda, y las estrategias comerciales, en esta última se estudia: el producto, el precio, los canales de distribución y la publicidad (Orejuela y Sandoval, 2002, p.9). Además, provee información fundamental para la toma de decisiones, y, para verificar si las condiciones del mercado son convenientes para poner en marcha el proyecto (Baca Urbina, 2010; citado en Berrones, 2019, p.7).

Con este estudio se conoce a la competencia, los productos, precios y lo que espera el mercado de un producto o servicio, con el fin de realizar la estrategia comercial óptima de acuerdo con los requerimientos de la demanda.

2.4.1. Oferta

Para Boullón (2006, p.34), “el análisis económico entiende por oferta a la cantidad de mercancía que entra en el mercado consumidor a un precio y periodo dado”. Asimismo, Morillo (2011) citado en Lapo et al. (2019, p.171), menciona que es la agrupación de bienes y servicios aprovechables para el turista, posibilitando la comercialización del producto turístico, con ciertas condiciones de mercado como el precio y la oferta.

Es decir, es el conjunto de bienes y servicios que se encuentra en un determinado lugar, precio y tiempo y que están dispuestos para el aprovechamiento de los turistas.

2.4.2. Demanda

Es la cantidad total de turistas o excursionistas que visitan a una región, país, zona, centro turístico o atractivo y los beneficios económicos que ellos proporcionan (Boullón 2006, p.32). La demanda corresponde a un elemento primordial del fenómeno turístico y por ello la relevancia de estudiarla. Sus cualidades, cambios, motivaciones y preferencias pueden influir en el desenvolvimiento de los destinos (Roman y Nahuelhual, 2009; citado en García et al., 2020, p.137).

Adicionalmente, se define a la demanda turística a los clientes actuales y potenciales que quieren aprovechar el conjunto de facilidades, atractivos, actividades, bienes y servicios turísticos en función del precio y beneficio, en lugares diferentes al sitio de su residencia por un periodo específico (Rigol, 2009).

En concreto, la demanda comprende a todas las personas ya sean turistas o visitantes que consumen bienes y servicios para satisfacer sus necesidades; estos pueden ser locales, nacionales o internacionales.

2.4.3. Confrontación oferta – demanda

En el actual escenario globalizado e hipercompetitivo, el consumidor posee varias opciones a la hora de escoger un producto o servicio (Suviri, 2010, p.179), y es el deber de cada empresa estar a la vanguardia y ofertar lo mejor para lograr posicionarse. Es por eso que, configurar el marco en que se desenvuelve una actividad requiere profundizar y confrontar un análisis de la demanda, la oferta, las tendencias subyacentes y de las acciones y reacciones de la competencia (Fernández, 2006, p.593).

Es decir, confrontar la oferta con la demanda permite examinar la realidad y de acuerdo con ello tomar decisiones con respecto a lo que espera el mercado en cuestión.

2.5. Estudio técnico

El estudio técnico también conocido como receta de producción, establece componentes relevantes para la elaboración del proyecto como: capacidad instalada: maquinaria, equipos, tecnologías, etc.; capacidad utilizada: recursos necesarios para la producción de bienes o servicios y costos de producción (Rodríguez y Posada, 2020, p.10).

Agregando a lo anterior, para Baca (1995) citado en Granados (2004, p.10), el estudio técnico es establecer los pasos de producción óptimos para el manejo eficaz y eficiente de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio requerido.

Es decir, en este apartado se describe los aspectos físicos y administrativos del negocio, como, por ejemplo: la estructura arquitectónica y los servicios con los respectivos procedimientos y herramientas; para ello, es necesario tener identificado el equipamiento y recursos con los que se cuenta.

2.6. Estudio ambiental

Es un documento técnico de tipo interdisciplinar que tiene la finalidad de predecir, identificar y valorar los impactos ambientales, y a su vez determinar medidas preventivas o corregir las consecuencias producidas por acciones antrópicas (Coria, 2008, p.126), o, aspectos físicos, químicos, biológicos, sociales, económicos y culturales pueden producirse en el espacio de influencia del proyecto (Andía, 2012, p.18).

La evaluación de impactos ambientales se realiza para distinguir los impactos que resultan de las etapas de construcción y funcionamiento que provocan degradación ambiental, es decir, en la mayoría de las veces, proyectos de ingeniería (Sánchez, 2011, pp.47-48).

Por consiguiente, resulta necesario ejecutar un estudio ambiental de acuerdo con la normativa de determinada localidad, y así, acogerse a las recomendaciones de la autoridad según sea el caso; solicitando el permiso ambiental correspondiente.

2.6.1. Check list (lista de chequeo)

Se fundamenta en realizar una lista sistematizada de elementos ambientales que serán posiblemente afectados por consecuencia de la ejecución de un proyecto, no hay una igual para todos, sino que, se crea o se adapta para cada proyecto (Leal, 1997, p.55). Es un método cualitativo que se utiliza para valorar los impactos ambientales, entre sus ventajas está que es de fácil manejo, bajo costo y rápido en la obtención de resultados (Toro et al., 2013, p.44).

Las listas de control representan una evolución de las listas de preguntas, “se recopilan involucrando a la mayor cantidad posible de expertos, instituciones y poblaciones y deberán concentrarse en aquellos aspectos que serán objeto de estudio” (Yáñez-Vargas, 2008, p.9). Se puede aplicar a cualquier tipo de actividad que se vaya a realizar y seguido de identificar los impactos ambientales hay que proponer las medidas de mitigación.

2.7. Estudio legal

Junta toda la normativa legal para la implementación de un negocio, para conocer todos los reglamentos y leyes que regulan la actividad que se pretende impulsar, desde su constitución, hasta la operación de la empresa (Correa et al., 2010, pp.183-184).

Entre los aspectos legales que hay que tener en cuenta al momento de definir el plan de negocios se encuentran:

- La forma jurídica de operación.
- Los requisitos legales para la constitución.
- Investigación de la existencia de algún tipo de régimen especial para el proyecto empresarial

Son todas las normativas o leyes, que inciden directa o indirectamente la actividad económica a realizarse y se lo debe considerar en la etapa de inversión, implementación y operación del negocio, por lo que, para llevar a cabo un negocio es fundamental encuadrarlo en este contexto.

2.8. Estudio administrativo

Contempla la estructura organizacional de la empresa con los cargos definidos, estableciendo los rangos del recurso humano para el funcionamiento adecuado del negocio, además se agrega las

estrategias motivacionales, plan de capacitaciones, recompensas e incentivos, etc. Así como, las herramientas y equipamiento para la función de cada colaborador (Correa et al., 2010, p.184).

Asimismo, “pretende estudiar y determinar los procesos de diseñar y mantener a la organización trabajando en equipo con el fin de alcanzar la productividad, lo que implica eficacia y eficiencia” (Morales, 2006, p.29).

En el estudio administrativo se establece adaptándose a las características del negocio y recoge, además, las inversiones y costos operacionales necesarios para efectuar el servicio a los clientes, y estos deben ser incluidos en el precio final; también se puede incluir la planificación estratégica, mecanismos de selección del personal y la inducción para ellos antes de empezar con sus labores.

2.8.1. Organigrama

El organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa, donde se visibiliza las líneas de jerarquía, responsabilidad, departamentos, y las relaciones entre sí ya sea de forma horizontal o vertical (Larrosa et al., 2020, p.60). Asimismo, representa la distribución organizacional, haciendo que la agrupación sea más fuerte, rentable y competitiva en el mercado; su objetivo es facilitar la identificación de problemas y oportunidades de desarrollo (Peralta, 2018, p.24).

Es imprescindible que todos los componentes de la organización conozcan este organigrama para saber los roles de cada trabajador y a quién dirigirse en cada momento (Mero-Vélez, 2018, p.93). El organigrama debe estar graficado de manera clara y sencilla para no ocasionar malas interpretaciones. Al cumplir una función informativa, toda empresa debe poseer uno, comunicando características generales de la organización (Villafuerte, 2018, p.19).

2.8.2. Manual de funciones

Es aquel documento que contiene, tanto el análisis de diferentes cargos, así como la descripción de los mismos, siendo útil para alcanzar la eficiencia administrativa y facilitar la coordinación de los cargos (Delgado, 2014; citado en Coronel et al., 2018, p.101). Estos especifican las obligaciones de cada miembro de la empresa, sus requisitos mínimos, y esto, ayuda a ser evaluados constantemente por los superiores de cada área para garantizar un adecuado desarrollo y calidad de la gestión (Olmedo y Recalde, 2018, p.8).

Sirve como herramienta para el análisis de resultados obtenidos por los colaboradores y con ello obtener información que permita el establecimiento de métodos de control y seguimiento (Orozco,

2008, p.31). También, con la implementación de estos manuales se “logra ampliar los conocimientos del personal, mejorar la calidad de los servicios o productos como a su vez disminuir costos administrativos y evitar falencias que puedan perjudicar a la organización” (Quimiz y Palacios, 2020, p.13).

Es importante renovar el manual de funciones cada vez que sea necesario conforme crece la organización de la empresa, esto permitirá mantener el seguimiento de las actividades que cada uno realiza como aporte para el logro de los objetivos.

2.8.3. *Manual de procedimientos*

Es un documento que permite mejorar el desenvolvimiento y crecimiento de las empresas gracias al ordenamiento, estructuración y estandarización de la información, esto para alcanzar una eficiente administración y mayor competitividad (Ruiz, 2015, p.1). De igual manera, es de base para el control de la agrupación y un instrumento de medición que permite asegurar la calidad en los procesos y las técnicas para su buena ejecución (Entrepreneur, 2017; citado en Tenorio-Almache et al., 2019, p.200).

Un manual de procedimientos es una guía o pauta que incluye procesos que se ejecutarán por los colaboradores que integran la empresa (Álvarez, 2012, p.15; citado en Manzaba y Rubio 2019, p.39). También, engloba información sistematizada y secuencial de operaciones entrecruzadas entre sí que ayuda a la realización de cada una de las actividades que se requieren en el negocio (Asanza et al., 2016, p.7).

Lo que se garantiza con la aplicación del manual de funciones es el aprovechamiento eficiente de recursos y disminución de errores, lo que favorece a mejorar los procesos.

2.9. Estrategias de comercialización

Uno de los elementos principales dentro de una empresa son las estrategias de comercialización, pues, coopera para posicionar la identidad y marca que cubra la misión y visión del negocio, así mismo, es necesario la constante innovación y mejora continua según la realidad del mercado, enfatizando en estrategias para el cliente para que puedan seleccionar el producto o servicio que más se adecúe a sus necesidades y que llene sus expectativas (Jaramillo, 2011, pp.2-3).

Existen varios medios de distribución, ya sean los canales físicos o virtuales donde se proporciona los bienes o servicios, y es clave elegir el medio adecuado para cada organización, ya que, se

puede convertir en una ventaja competitiva para posicionar los productos en el mercado (Vera et al., 2017, p.189). De aquí la significancia de tener identificado el perfil del cliente, porque, con ello será más sencillo definir las estrategias de comercialización.

2.9.1. 4C de Marketing

La teoría de las 4C del marketing propuesta en 1990 fue desarrollada por Robert Lauterborn; se centra en el punto de vista del cliente en relación con las 4C (Consumidores, Costos, Conveniencia y Comunicación) (Gálvez, 2022, p.30). Estas se utilizan para gestionar los sistemas digitales de la empresa, captar clientes y fidelizarlos, ubicarse entre los mejores, con un excelente servicio y estimar el índice de influencia de la organización en la red y medios sociales (Marcelo y Riera, 2022, p.2).

La evolución de las 4P's a las 4C's, se formaliza de la siguiente forma:

Tabla 5-2: Descripción de los elementos de las 4C's de marketing

Elemento	Descripción
Consumidor	El cliente es central y equivale al producto. No se puede desarrollar un producto y después tratar de venderlo a los consumidores. Hay que descubrir qué quieren los clientes y construir el producto a su medida
Costo	Se habla de costo en relación con el servicio. Hay que preguntarse: ¿cuánto cuesta la satisfacción de mi cliente y cuál es el retorno de esa satisfacción? El costo de producción es sólo una variable del precio. El tiempo, las personas, y la gestión sobre el conocimiento del cliente suben el costo del producto. Igualmente, los clientes están dispuestos a pagar más si se percibe un valor añadido de satisfacción al producto.
Comunicación	Se podría traducir como conversación, que sustituye a la antiguamente conocida como promoción. La promoción es un camino de sentido único, mientras que, la conversación es bidireccional; la comunicación es la parte más activa del proceso. En ella se puede evaluar necesidades y satisfacción del cliente. Ahora es él quien dicta las normas. De ahí a que las nuevas plataformas online estén a disposición de las empresas para escuchar y monitorizar estas cuestiones.
Conveniencia	Se puede traducir como comodidad y reemplaza a posicionamiento. ¿Cuál es el canal de venta más conveniente para nuestro cliente? Cada cliente tiene preferencias distintas por el canal donde adquirir nuestro producto y tenemos que saber dónde está dispuesto a comprar, haciendo del posicionamiento un lugar dinámico.

Fuente: Tamariz, 2007

Realizado por: Escudero, J., 2023

2.9.2. Nuevas tendencias del marketing

El mundo empresarial actual es un escenario que se mueve a una velocidad vertiginosa, impulsado por las nuevas tendencias derivadas de los avances tecnológicos, la globalización y los nuevos movimientos sociopolíticos. De esta reflexión se han identificado las siguientes nuevas tendencias: digital marketing, neuromarketing y personal branding (Alonso-González, 2017, p.5).

Adicionando, debido a los continuos cambios, aparece el marketing experiencial enfocado a provocar una experiencia de consumo inimitable para cada tipo de cliente, logrando una conexión con el producto, la empresa, apoyado en las emociones, sentimientos o pensamientos (Moral y Fernández, 2012, p.237).

Así como las antes mencionadas, con el pasar del tiempo han aparecido nuevas tendencias, ahora lo más importante es conocer las necesidades y deseos de los clientes, y a la vez, estar a la vanguardia de los avances tecnológicos y de los cambios de los consumidores.

2.10. Estudio financiero

En el estudio financiera se expone los beneficios y costos del proyecto, cuantificados de forma ordenado por cada estudio previo con el fin de conocer la rentabilidad de este (Orejuela y Sandoval, 2002, p.10).

Mediante este estudio, “lo que se pretende es determinar cómo se va a obtener el capital necesario para poner en marcha la empresa, cómo se permitirá el funcionamiento, cómo va a financiarse el crecimiento y desarrollo de los negocios y finalmente, qué beneficios va a generar la inversión realizada” (Correa et al., 2010, p.185).

Para realizar la evaluación financiera de un proyecto, comúnmente se utiliza los indicadores: Valor Actual Neto Financiero (VANF) y la Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF) (Ledesma, 2020, p.16).

- **Valor Actual Neto Financiero (VANF)**

Siguas-Sifuentes (2005) citado en Ledesma (2020, p.16), indica que el VANF consiste en evaluar la rentabilidad del proyecto incluyendo el financiamiento externo.

$$VAN = IP - \Sigma FNA$$

Donde:

IP: Inversión propia

FNA: Flujos netos actualizados

- Si el VAN es cero, la inversión es indiferente, ya que el inversionista gana justo lo que esperaba obtener.
- Si el VAN es mayor que cero, la inversión es aceptable, ya que muestra cuanto más gana, por sobre lo que quería ganar.
- Si el VAN es menor que cero, la inversión se debe rechazar ya que, aunque no indica pérdida, significa cuanto falto para que el inversionista ganara todo lo que quería ganar.

- **Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF)**

Siguas-Sifuentes (2005) citado en Ledesma (2020, p.16), afirma que se obtiene a partir del flujo de caja financiero.

- Si $TIR > INTERES ENTIDAD FINANCISTA$, el proyecto puede ser aceptado debido a que la inversión ganará más del costo de los fondos utilizados para financiarlo.
- Si el $TIR = INTERES ENTIDAD FINANCISTA$, es indiferente aceptar o no el proyecto.
- Si el $TIR < INTERES ENTIDAD FINANCISTA$, el proyecto no se debe aceptar; se ganará menos que el costo de los fondos utilizados para financiarlo.

En conclusión, mediante el estudio financiero se conocerá el rendimiento, rentabilidad, el año en el que se recuperará la inversión, entre otros aspectos y esto ayudará a tomar decisiones sobre el negocio, es una herramienta clave para la gestión.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

El presente trabajo es de tipo cualitativo – cuantitativo, se realizó aplicando el método analítico, sintético y deductivo, utilizando las técnicas de revisión de fuentes de datos secundarios confiables y observación en las salidas de campo para recolección de información primaria; adicionalmente, los instrumentos empleados fueron: referencias bibliográficas, y la nemotecnia, por lo que, se obtuvo resultados significativos que permitieron establecer el plan de negocios para la implementación del Hotel San Rafael. La investigación se basó en el desarrollo de cuatro objetivos fundamentales sistematizadas secuencialmente, los cuales se explicarán a continuación.

- Para el cumplimiento del primer objetivo que corresponde a elaborar el estudio de mercado para la implementación del Hotel San Rafael se examinó por separado la oferta y la demanda, en conformidad con las siguientes actividades:
 - Para empezar, se llevó a efecto el análisis de la oferta; a través de, la revisión bibliográfica del registro de los establecimientos de alojamiento del MINTUR, del catastro turístico del cantón Riobamba y de los índices de turismo proporcionados mediante un oficio por la Dirección de Gestión de Turismo; identificando de esta manera la oferta actual que se presentó en la tabla 1-3.

Tabla 1-3: Establecimientos de alojamiento de Riobamba

Clasificación	Nombre comercial	Categoría	Parroquia

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Para diferenciar a la oferta complementaria se elaboró una matriz de resumen para cada caso, que contenga: los establecimientos de alimentos y bebidas, intermediación, operación e intermediación, parques de atracciones estables, transporte turístico y centros de turismo comunitario; para ello se utilizó las tablas 2-3; 3-3; 4-3; 5-3; 6-3; y, 7-3 respectivamente.

Tabla 2-3: Establecimientos de alimentos y bebidas de Riobamba

Clasificación	Categoría	Parroquia	Cantidad	Total

Realizado por: Escudero, J., 2023

Tabla 3-3: Establecimientos de intermediación de Riobamba

Clasificación	Nombre comercial	Categoría	Parroquia

Realizado por: Escudero, J., 2023

Tabla 4-3: Establecimientos de operación e intermediación de Riobamba

Clasificación	Parroquia	Cantidad	Total

Realizado por: Escudero, J., 2023

Tabla 5-3: Establecimientos de parques de atracciones estables de Riobamba

Clasificación	Nombre comercial	Categoría	Parroquia

Realizado por: Escudero, J., 2023

Tabla 6-3: Empresas de transporte turístico de Riobamba

Clasificación	Nombre comercial	Categoría	Parroquia

Realizado por: Escudero, J., 2023

Tabla 7-3: Centros de turismo comunitario de Riobamba

Clasificación	Nombre comercial	Categoría	Parroquia

Realizado por: Escudero, J., 2023

- En cambio, para la oferta sustitutiva se comparó específicamente los hoteles 3 estrellas registrados tanto en el cantón Riobamba como en Guano, esto debido a la conexión vial que tendrá el establecimiento entre los dos sitios. Para cotejar las características de los establecimientos se obtuvo información de fuentes secundarias, de datos proporcionados por la Dirección de Gestión de Turismo de cada cantón: Riobamba y Guano, de las redes sociales y páginas web oficiales de los mismos. Seguido, se resumió esta información en la tabla 8-3.

Tabla 8-3: Caracterización de la oferta sustitutiva de Riobamba y Guano

Nombre	Cantón	Parroquia	Capacidad instalada	Oferta	Precios	Demanda anual (pax). Periodo 2020-2021

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Después, para el análisis de la demanda se recolectó información secundaria del PDOT del Municipio de Riobamba actualización 2020-2030 (2020) con la finalidad detallar el perfil sociográfico, psicográfico y motivacional del turista nacional que visita al cantón, esta información se sistematizó en la tabla 9-3, además, se contrarrestó estos datos con los boletines y presentaciones del Observatorio Turístico de la Universidad Central del Ecuador y, adicionalmente, basado en el levantamiento de información sobre el Comportamiento del Turismo a nivel nacional dada la nueva normalidad generada por la afectación del Virus COVID – 19 (MINTUR, 2021).

Tabla 9-3: Perfil del turista nacional que visita a Riobamba

Características	Extranjero	Nacional
Sociográficas		
Psicográficas		
Motivacionales		

Realizado por: Escudero, J., 2023

Y, en la confrontación oferta – demanda se realizó las proyecciones de la oferta, demanda y consumo aparente por producto para los próximos cinco años, así también, se efectuó el cálculo de la demanda potencial, insatisfecha y objetivo con el 4% de crecimiento que corresponde al sector de alojamiento según la Corporación Financiera Nacional (CFN, 2022).

- Para el cumplimiento del segundo objetivo, que concernió a diseñar técnicamente la oferta principal y complementaria del Hotel San Rafael, se efectuó los siguientes pasos:
 - Primero, se definió el modelo de negocio para la empresa, con la elaboración del lienzo basado en la metodología Canvas el cual propone nueve módulos que se llenaron de forma secuencial: clientes (segmento de mercado), valor añadido (propuesta de valor), canales, relaciones con clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, asociaciones clave, estructura de costos; y seguido mediante el método doble diamante se validó el lienzo identificando el problema inicial, la solución y el desafío de la empresa.
 - Como segundo paso, se describió el diseño arquitectónico de todas las instalaciones y equipamiento que debe existir en el hotel 3 estrellas en relación con el Anexo 1. Hotel – H del Reglamento de Alojamiento Turístico (2022), para lo cual, se adjuntó el plano arquitectónico con las dimensiones y uso de cada área que comprenderá el establecimiento, además, de precisar en el tipo de materiales, y el presupuesto de construcción mediante un análisis de precios unitarios (APU) en la tabla 10-3.

Tabla 10-3: Presupuesto de construcciones y edificaciones

	Denominación	m ²	Valor unitario	Inversión total
Área comercial				
Área productiva				
Área administrativa				

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Como tercer paso, se elaboró el diseño de los servicios, para ello, se clasificó las áreas de acuerdo con el tipo de servicio que ofrecerá el hotel, de esta forma, se utilizó la tabla 11-3, donde se ubicó las características de cada una de las mismas.

Tabla 11-3: Ficha de detalle de las áreas del Hotel San Rafael

Área:	Ficha:
Función:	
Descripción:	
Diseño de la construcción	
(imagen del diseño arquitectónico)	
Dimensiones:	Mantenimiento:
Observaciones:	

Fuente: Tierra, P., 2022

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Seguidamente, se procedió a identificar los requerimientos para cada servicio en la matriz de detalle del presupuesto APU. Además, se realizó el diseño de experiencias y el empaquetamiento de servicios.
- Para el cumplimiento del tercer objetivo, que abarcó las estrategias de comercialización considerando las 4C del *marketing* (consumidor, comunicación, conveniencia y costo) y las nuevas tendencias tecnológicas para aumentar la posibilidad de posicionar al hotel a nivel local y nacional; se hizo lo siguiente:
 - Se diferencié las estrategias por ámbitos, medios, o instituciones según el caso, se diseñó la marca del hotel, se enumeraron los canales de comercialización y se empleó la matriz de detalle del presupuesto APU.

- Para el cumplimiento del último objetivo que consistió en elaborar los estudios ambiental, legal, administrativo y financiero para la operación del hotel; se llevó a cabo lo siguiente:
 - En el estudio legal se identificó la figura legal de operación y se especificó los requisitos para el funcionamiento del hotel.
 - En cuanto al estudio administrativo, se señaló la misión, visión, valores corporativos, políticas de calidad, de operación y ambiental, adicionalmente, se elaboró la estructura orgánico – funcional, es decir, el respectivo organigrama, se describió las acciones para la gestión del talento humano como para la contratación y un plan de recompensas e incentivos, por último, se adjuntaron el manual de funciones y el manual de procedimientos.
 - Mientras tanto, para el estudio ambiental se tomó en cuenta un *check list*, la lista de chequeo de la sostenibilidad ambiental propuesta por el Fondo Mundial para la naturaleza (Lang, 2008, pp.3-12) (Anexo A), y de los 11 temas presentes, se escogió cuatro que tienen relación con el proyecto en cuestión, estos son: desarrollo empresarial, construcción, eficiencia energética y residuos; con el fin de conocer si el mismo cumple el requerimiento de hacer un desarrollo sostenible que fomente la protección y la mejora del medio ambiente, y a continuación, se estableció un plan de mitigación con su correspondiente matriz de detalle del presupuesto APU.
 - Para finalizar, en el estudio económico se precisaron los beneficios y costos del proyecto, por ende, se sistematizó un detalle de inversión, ingresos, gastos, flujo de caja, balances y punto de equilibrio de la operación; y para determinar la viabilidad del proyecto se calcularon los ratios financieros de valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), relación beneficio costo (RBC) y el periodo de recuperación del capital (PRC).

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Estudio de mercado

El estudio de mercado consta de tres partes: el análisis de la oferta, de la demanda y la confrontación oferta – demanda, a continuación, se presenta cada uno de ellos.

4.1.1. Análisis de la oferta

Para el análisis de la oferta se consideró a la oferta actual que corresponde a todos los establecimientos turísticos de alojamiento del cantón Riobamba; a la oferta complementaria que son todas las empresas turísticas que permitirán el desenvolvimiento del Hotel San Rafael en el mercado y a la oferta sustitutiva como todos los establecimientos de alojamiento con características semejantes al hotel que se implementará.

4.1.1.1. Análisis de la oferta actual

De acuerdo con el catastro turístico del GAD-M Riobamba (2020, p.327), para el 2018 se registraba 54 establecimientos de alojamiento, sin embargo, actualmente según el MINTUR (2022a), se registran un total de 65 establecimientos de alojamiento en el cantón Riobamba, de los cuales, 4 corresponden a casa de huéspedes, 26 están clasificados como hostel, 4 están clasificados como hostería, 29 están registrados como hotel y 2 pertenecen a refugios. La tabla 1-4 detalla la información más importante de estos establecimientos.

Tabla 1-4: Establecimientos de alojamiento de Riobamba

Clasificación	Nombre comercial	Categoría	Parroquia
Casa de huéspedes	Chimborazo Gasthaus	Única	Velasco
	Casa 1881		Maldonado
	Villa Bonita		Lizarzaburu
	Tambopak		San Juan
Hostal	Casa de Mármol	1 estrella	Maldonado
	Villa de Oro	1 estrella	Velasco
	Hostal Oasis Rio	1 estrella	Maldonado

Clasificación	Nombre comercial	Categoría	Parroquia
	Hostal Los Shyris	1 estrella	Lizarzaburu
	Señorial	1 estrella	Lizarzaburu
	Hostal Camino Real	1 estrella	Lizarzaburu
	Hostal Puertas del Sol Intipungo	1 estrella	Maldonado
	Jardín Alborada Riobamba	1 estrella	Lizarzaburu
	Hostal el Turista del Chimborazo	1 estrella	Velasco
	El Escondite	1 estrella	Veloz
	Nueva Saragoza	1 estrella	Velasco
	Hostal Canadá	1 estrella	Lizarzaburu
	<i>Liberty</i>	1 estrella	Maldonado
	Guajacum	1 estrella	Velasco
	Hostal Ventura	1 estrella	Lizarzaburu
	Hostal del Sur	1 estrella	Lizarzaburu
	Hostal Ruby	1 estrella	Lizarzaburu
	Katazho	1 estrella	Lizarzaburu
	Estación	1 estrella	Lizarzaburu
	Hostal Los Álamos	1 estrella	Lizarzaburu
	Hostal Torre Azul	2 estrellas	Maldonado
	Whymper	2 estrellas	Maldonado
	Hostal Metropolitano	2 estrellas	Maldonado
	El Libertador	2 estrellas	Lizarzaburu
	Caracas Suite	2 estrellas	Lizarzaburu
	Río	3 estrellas	Lizarzaburu
Hostería	Hostería Casa Maya	3 estrellas	San Luis
	La Primavera Riobamba	3 estrellas	Lizarzaburu
	Hostería El Toril	3 estrellas	Maldonado
	Las Manolas Turística	4 estrellas	Yaruquíes
Hotel	El Altar	2 estrellas	Lizarzaburu
	Rocío	2 estrellas	Lizarzaburu
	<i>Sumak Pakari</i>	2 estrellas	Lizarzaburu
	Hotel Velanez Suite	2 estrellas	Lizarzaburu
	Cumbres	2 estrellas	Velasco

Clasificación	Nombre comercial	Categoría	Parroquia
	Bambú	2 estrellas	Lizarzaburu
	Hotel Diana María	2 estrellas	Lizarzaburu
	Hotel Rey de los Andes	2 estrellas	Velasco
	Bella Casona	2 estrellas	Lizarzaburu
	Rincón Alemán	2 estrellas	Velasco
	Mashany	2 estrellas	Velasco
	La Colina del Río	2 estrellas	Lizarzaburu
	Illari Hotel	2 estrellas	Lizarzaburu
	Montecarlo <i>by Anhya Group</i>	2 estrellas	Maldonado
	Hotel Royalty	2 estrellas	Lizarzaburu
	Hotel Chimborazo Internacional	2 estrellas	Maldonado
	Hotel El Cisne Internacional	2 estrellas	Lizarzaburu
	Hotel Tren Dorado	2 estrellas	Lizarzaburu
	Hotel Marquez del Río	2 estrellas	Lizarzaburu
	Hotel Real Madrid	2 estrellas	Velasco
	Shalom	2 estrellas	Lizarzaburu
	Hotel Navarra	2 estrellas	Lizarzaburu
	Mansión Santa Isabella	3 estrellas	Velasco
	Hotel Hacienda Abraspungo	3 estrellas	Velasco
	Empresa Arguello Altamirano Costales CIA. Zeus	3 estrellas	Lizarzaburu
	Quindeloma <i>Art Hotel and Gallery</i>	3 estrellas	Velasco
	Hotel Riobamba Inn	3 estrellas	Velasco
	Hotel El Molino	3 estrellas	Lizarzaburu
	Hotel y Spa Casa Real	4 estrellas	Velasco
Refugio	Puruhá <i>Muskuy</i>	Única	San Juan
	Chimborazo <i>Lodge</i>		San Juan

Fuente: Ministerio de Turismo, 2021

Realizado por: Escudero, J., 2023

Los establecimientos de servicio de alojamiento se localizan en su mayoría en la parroquia Lizarzaburu con un 50,8%, seguido de las parroquias Velasco y Maldonado con un 23,1% y

16,9% respectivamente, y, en menor porcentaje se sitúan en las parroquias San Juan, Veloz, Yaruquíes y San Luis; mientras que, en las demás parroquias no se evidencia este tipo de establecimientos.

De los antes mencionados, el 6,2% corresponde a casa de huéspedes, el 40% a hostales en los que predominan los de 1 estrella, el 44,6% a hoteles en su mayoría de 2 estrellas y finalmente, apenas el 3,1% a refugios. Además de eso, en relación con la capacidad instalada de acuerdo con el MINTUR (2022b), en total existen 1.929 habitaciones, 3.603 camas y 4.178 plazas.

Estos establecimientos de alojamiento, además, incluye otros servicios en el caso de las casas de huéspedes y hostales comúnmente prestan el servicio de alimentación; en cambio, los hoteles presentan una mayor diversificación de servicios como de relajación u organización de eventos, mientras que las hosterías además incluyen actividades al aire libre como caminatas, cabalgatas, ordeño, entre otras. Por último, los refugios ofrecen servicio de alimentación y áreas de esparcimiento.

Sobre las instalaciones, son los hoteles y hosterías los que cuentan con más espacios y áreas como piscinas, sauna, turco, hidromasaje, spa, áreas verdes, jardines, sala de exhibiciones, salón de recepciones, bar, salas de estar y demás.

Entre los establecimientos de mayor preferencia según las opiniones en Tripadvisor (2022), están en el siguiente orden: Casa 1881, Hotel Hacienda Abraspungo, Hotel Spa Mansión Santa Isabella, Rio Hotel, Hotel El Altar, Hotel y Spa Casa Real; y, Quindeloma Hotel *Art and Gallery*.

En la página oficial de Turismo de Riobamba, se promociona 44 de los 65 establecimientos de alojamiento, donde se incluye información como los servicios, los costos y los contactos. Adicionalmente, de manera general no todos los establecimientos tienen una página web disponible, en algunos casos son poco llamativas, con fotografías antiguas y no incluyen toda la información que un huésped necesita conocer, mientras que, en otros casos su página web es actualizada e interactiva.

4.1.1.2. Análisis de la oferta complementaria

Con base en el registro de prestadores de servicios turísticos elaborado por el MINTUR (2022a), se ha diferenciado los siguientes establecimientos turísticos que complementan los servicios del Hotel San Rafael.

- Alimentos y bebidas

Acerca de los establecimientos de alimentos y bebidas en el cantón Riobamba se registra al año 2022, 219 establecimientos clasificados entre bar, cafetería, discoteca, establecimiento móvil, plaza de comida y restaurante MINTUR (2022a), la Tabla 2-4 precisa la información de estos establecimientos.

Tabla 2-4: Establecimientos de alimentos y bebidas de Riobamba

Clasificación	Categoría	Parroquia	Cantidad	Total
Bar	(1) Una copa	Lizarzaburu	15	18
		Velasco	1	
		Maldonado	2	
Cafetería	(1) Una taza	Lizarzaburu	24	54
		Velasco	11	
		Maldonado	17	
		Veloz	1	
	(2) Dos tazas	Velasco	1	
Discoteca	(1) Una copa	Lizarzaburu	7	11
		Maldonado	4	
Establecimiento móvil	Única	Lizarzaburu	1	1
Plazas de comida	Única	Lizarzaburu	1	1
Restaurante	(1) Un tenedor	Lizarzaburu	62	134
		Maldonado	12	
		Velasco	20	
		Veloz	9	
	(2) Dos tenedores	Lizarzaburu	5	
		Maldonado	17	
		Velasco	4	
		Veloz	1	
	(3) Tres tenedores	Maldonado	2	
		Veloz	1	
	(5) Cinco tenedores	Velasco	1	
Total general				219

Fuente: Ministerio de Turismo, 2021

Realizado por: Escudero, J., 2023

Según el MINTUR (2022c), los establecimientos legalmente registrados comprenden un total de 1.354 mesas y 5.416 plazas aproximadamente; en mayor porcentaje se ubican en la parroquia Lizarzaburu con el 52,5%, el 24,7% están en la parroquia Maldonado, el 16,9% en la parroquia Velasco, el 5,9% en la parroquia Veloz y en las demás parroquias no se registran este tipo de establecimientos.

Los restaurantes son los establecimientos con más prevalencia, seguido de las cafeterías y bares y en menor número están las discotecas, establecimiento móvil y plaza de comida. Todos ellos tienen una oferta variada de tipo nacional e internacional.

- Intermediación

Referente a los establecimientos de intermediación como es el caso de salones de recepciones y peña, en el cantón Riobamba al año 2022 se registran 17 de este tipo MINTUR (2022a), la tabla 3-4 recoge las características de ellos.

Tabla 3-4: Establecimientos de intermediación de Riobamba

Clasificación	Nombre comercial	Categoría	Parroquia
Salón de Recepciones y banquete	Majestic Palace	Segunda	Velasco
	Rincón de Versalles	Segunda	Maldonado
	Royal Club	Segunda	Velasco
	Sala de Recepciones y Banquetes Las Manolas	Segunda	Yaruquíes
	Los Balcones	Segunda	Maldonado
	Eclipse	Segunda	Veloz
	La Cascada Events	Segunda	Maldonado
	Belén	Segunda	Maldonado
	Caelus	Segunda	Velasco
	Génesis	Segunda	Maldonado
	El Recreo Rio	Segunda	Yaruquíes
	Lom	Segunda	Veloz
	Domus Aurea Recepciones y Eventos	Segunda	Velasco
	Di Andre	Primera	Velasco
	Rincón de Cali eventos y recepciones	Segunda	Maldonado
Escorpión	Segunda	Lizarzaburu	
Peña	Casa del Ekeko La Peña	Segunda	Maldonado

Fuente: Ministerio de Turismo, 2021

Realizado por: Escudero, J., 2023

Los establecimientos de intermediación se encuentran distribuidos en 16 en salones de recepciones y banquetes y una peña, los mismos que se localizan solo en las parroquias urbanas del cantón mayoritariamente en la parroquia Maldonado con el 41,2%, 29,4% en la parroquia Velasco, el 11,8% en la parroquia Veloz y Yaruquies, y el 5,9% en la parroquia Lizarzaburu.

- Operación e Intermediación

En cuanto a los establecimientos de operación e intermediación según el MINTUR (2022a), se registra un total de 52 empresas de este tipo entre Agencias de Viajes Internacional, Agencias de Viajes Dual y Operador Turístico, la tabla 4-4 recoge los datos de estas.

Tabla 4-4: Establecimientos de operación e intermediación de Riobamba

Clasificación	Parroquia	Cantidad	Total
Agencias de Viajes Internacional	Velasco	8	18
	Lizarzaburu	7	
	Maldonado	2	
	Veloz	1	
Agencias de Viajes Dual	Velasco	3	12
	Lizarzaburu	8	
	Veloz	1	
Operador Turístico	Velasco	7	22
	Lizarzaburu	6	
	Maldonado	2	
	Veloz	3	
	Cacha	2	
	San Juan	1	
	Licán	1	
Total general			52

Fuente: Ministerio de Turismo, 2021

Realizado por: Escudero, J., 2023

Las empresas se encuentran clasificadas en 18 Agencias de Viajes Internacional, 12 Agencias de Viajes Dual y 22 Operadores Turísticos, siendo las últimas con mayor prevalencia en la ciudad. De ellas, el 40,4% están concentrados en la parroquia Lizarzaburu, el 34,6% en la parroquia Velasco y en menor porcentaje en las parroquias: Veloz, Maldonado, Cacha y Licán.

Las operadoras turísticas han ampliado su oferta, ya que, nuevos atractivos han sido de interés para los turistas, tales como: desierto de Palmira, el Ojo del Fantasma o la Chorrera.

De los establecimientos enlistados 15 conforman la Asociación de Agencias de Viajes y Operadoras de Turismo de la provincia de Chimborazo (AAVOT), con el objetivo de avalar una compra segura y confiable.

- Parques de atracción estables

Se registra un parque de atracción estable clasificado como terma y balneario en la parroquia Velasco del cantón Riobamba, mismo que se describe en la tabla 5-4.

Tabla 5-4: Establecimientos de parques de atracción estables de Riobamba

Clasificación	Nombre comercial	Categoría	Parroquia
Termas y Balnearios	Caribe Center Club	Segunda	Velasco

Fuente: Ministerio de Turismo, 2021

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Transporte turístico

Respecto a los servidores de transporte turístico, se registra un total de 6 empresas de este tipo en el cantón Riobamba, todos ellos clasificados como transporte terrestre MINTUR (2022a); en la tabla 6-4 se describen estos.

Tabla 6-4: Empresas de transporte turístico de Riobamba

Clasificación	Nombre comercial	Categoría	Parroquia
Transporte Terrestre	Rioempres tours	Servicio de	Velasco
	National Travel C.A.	Transporte	Velasco
	Interangeles Tours	Terrestre	Lizarzaburu
	Luiza Tours S.A.		Lizarzaburu
	Cupido Viajero S.A.		Velasco
	Transporte Turístico Taap CIA LTDA		Velasco

Fuente: Ministerio de Turismo, 2021

Realizado por: Escudero, J., 2023

Se encuentran 4 en la parroquia Velasco y 2 en la parroquia Lizarzaburu, estas empresas ofrecen servicios para: traslados, giras, excursiones, *transfers* y romerías, y algunas de ellas con cobertura a nivel nacional e internacional.

- Centros de Turismo Comunitario

En Riobamba hasta el año 2022 se registra 3 establecimientos de este tipo MINTUR (2022a), la tabla 7-4 recoge sus datos.

Tabla 7-4: Centros de Turismo Comunitario de Riobamba

Clasificación	Nombre comercial	Categoría	Parroquia
Centro de Turismo Comunitario	Comuna Palacio Real	Única	Calpi
	<i>Quilla Pacari</i>		Calpi
	La Moya		Calpi

Fuente: Ministerio de Turismo, 2021

Realizado por: Escudero, J., 2023

Debido al interés por nacionales y extranjeros, la oferta de turismo comunitario ha crecido, es así que, Palacio Real ofrece hospedaje en sus 3 chozas con un valor de \$12,00 por persona, alimentación con productos como la quinua o carne de llama con un valor de \$ 6,00, artesanías elaboradas sobre todo con fibra de llama, está habilitado el Museo Cultural de la llama por \$ 2,00, y dos senderos interpretativos: Simón Bolívar y Miraloma por \$ 5,00 (Dirección de Gestión de Turismo del GAD-M Riobamba, 2022b).

Quilla Pacari brinda hospedaje para hasta 40 personas por \$10,00 cada uno, alimentación desde \$3,00 con un menú de comida típica, y un sendero interpretativo por \$5,00 (Dirección de Gestión de Turismo del GAD-M Riobamba, 2022c).

La Moya tiene la capacidad de alojar hasta 16 personas por \$15,00 cada una, posee un restaurante con platos desde los \$6,00, una tienda de artesanías con productos en su mayoría a base de fibra de alpaca, llama y borrego; el Museo *Urkukunapak Wasi* por \$2,00, y 3 senderos interpretativos: *Lobo ñan*, *Inka ñan*, y ruta de los hieleros con un costo de \$5,00, \$10,00 y \$20,00 respectivamente (Dirección de Gestión de Turismo del GAD-M Riobamba 2022a).

4.1.1.3. Análisis de la oferta sustitutiva

Para analizar a la oferta sustitutiva se tomó en cuenta a aquellas empresas que tienen similares características que el hotel que se implementará, por lo que, se encuentra 6 establecimientos de alojamiento clasificados como hoteles y en categoría de 3 estrellas en Riobamba, mientras que, en Guano al no encontrarse ninguno de esta categoría se tomó en cuenta a los 3 hoteles de 2 estrellas registrados, pues, poseen características parecidas; en la tabla 8-4 se describe la información de cada uno, pero más a detalle se encuentra en el (Anexo B).

Tabla 8-4: Caracterización de la oferta sustitutiva de Riobamba y Guano

Nombre	Cantón	Parroquia	Capacidad instalada	Oferta	Precios	Demanda anual (pax). Periodo 2020-2021
Hotel El Molino	Riobamba	Lizarzaburu	Hab: 69 Camas: 119 Plazas: 127	Servicios: alojamiento, alimentación, reuniones y eventos, gimnasio, lustrabotas, valet parking, planchado, tintorería, lavandería, parqueadero. Actividades: clase de aerobics, tour o clase sobre la cultura local, tours en bici, tour a pie, bowling, ciclismo, servicio de transporte.	Habitación por noche y por persona: Desde \$ 30,50 hasta \$ 47,58 Restaurante: Desde \$ 3,50 hasta \$ 22,00	985
Hotel Riobamba Inn	Riobamba	Velasco	Hab: 40 Camas: 40 Plazas: 72	Servicios: alojamiento, alimentación, parqueadero, sala de conferencias. Actividades: ninguna	Habitación por noche y por persona: Desde \$ 18,00 hasta \$ 24,00	449
Hotel Hacienda Abraspungo	Riobamba	Velasco	Hab: 88 Camas: 40 Plazas: 156	Servicios: alojamiento, alimentación, parqueadero, reuniones y eventos. Actividades: cabalgatas	Habitación por noche y por persona: Desde \$ 52,50 hasta \$ 93,00 Restaurante: Desde \$ 8,00 hasta \$ 30,00	2.114
Empresa Arguello Altamirano Costales CIA. Zeus	Riobamba	Lizarzaburu	Hab: 50 Camas: 117 Plazas: 161	Servicios: alojamiento, alimentación, salón de eventos, alquiler de equipos y toda la indumentaria para eventos, sala de baile, gimnasio, parqueadero, sala de juegos, business center. Actividades: pared rapel	Habitación por noche y por persona: Desde \$ 31,50 hasta \$ 58,50 Restaurante: Desde \$ 4,00 hasta \$ 30,00	1.184

Nombre	Cantón	Parroquia	Capacidad instalada	Oferta	Precios	Demanda anual (pax). Periodo 2020-2021
Quindeloma Art Hotel and Gallery	Riobamba	Velasco	Hab: 46 Camas: 50 Plazas: 129	Servicios: alojamiento, alimentación, spa (áreas húmedas y piscina), salón de eventos. Actividades: ninguna	Habitación por noche y por persona: Desde \$ 41,67 hasta \$ 109,00 Restaurante: Desde \$ 5,50 hasta \$ 25,00	1.712
Hotel Mansión Santa Isabella	Riobamba	Velasco	Hab: 7 Camas: 25 Plazas: 129	Servicios: alojamiento, alimentación, spa, salón de eventos y conferencias, bar y tienda virtual. Actividades: explora Chimborazo, Ruta escondida: Huellas de mastodonte, Desierto de Palmira	Habitación por noche y por persona: Desde \$ 50,20 hasta \$ 59,49 Restaurante: Desde \$ 6,50 hasta \$ 25,00	137
Hotel San Andrés	Guano	San Andrés	Hab: 18 Camas: 41 Plazas: 41	Servicios: alojamiento, alimentación, parqueadero. Actividades: ninguna	Habitación por noche y por persona: Desde \$ 16,80 hasta \$ 20,00 Restaurante: Desde \$ 2,50 hasta \$ 5,00	162
Hotel Fray Lázaro	Guano	La Matriz	Hab: 10 Camas: 16 Plazas: 26	Servicios: alojamiento, alimentación, parqueadero, tienda de artesanías. Actividades: tour turístico	Habitación por noche y por persona: Desde \$ 20,00 hasta \$ 25,00 Restaurante: Desde \$ 3,00 hasta \$ 4,50	67
Marquez de Guano	Guano	El Rosario	Hab: 10 Camas: 26 Plazas: 26	Servicios: alojamiento, alimentación, parqueadero, se permiten mascotas. Actividades: asistencia en excursiones	Habitación por noche y por persona: Desde \$ 18,00 hasta \$ 20,00 Restaurante: Desde \$ 3,00 hasta \$ 10,00	62
Total						6.872

Fuente: MINTUR, 2022a; GADM-R, 2022; páginas web de los establecimientos

Realizado por: Escudero, J., 2023

En Riobamba, el hotel con mayor capacidad instalada es la Empresa Arguello Altamirano Costales Cia. Zeus con 161 plazas, mientras que, el Hotel Hacienda Abraspungo cuenta con 156 plazas a pesar de tener mayor número de habitaciones; en contraparte el Hotel Riobamba Inn cuenta con el menor número de plazas, 72. La oferta es muy variada, pero, los que presentan más servicios son el Hotel El Molino, Zeus, y Hotel Mansión Santa Isabella.

Todos estos establecimientos cuentan con página web, sin embargo, la del Hotel Riobamba Inn es la más desactualizada y con poca información, en contraste están las demás páginas muy completas, cabe destacar la del Quindeloma *Art Hotel and Gallery*, Zeus y del Hotel Mansión Santa Isabella las cuales cuenta con información puntual, con precios de los diferentes productos y servicios, y esta última, también muestra algunos atractivos turísticos de la zona con la opción de reservarlos.

Las redes sociales que manejan la mayoría de estas empresas son Facebook e Instagram; el Hotel Riobamba Inn solo la primera y el Hotel El Molino además de la primera utiliza YouTube. El Hotel Hacienda Abraspungo presenta mayor número de seguidores en las dos redes sociales, en segundo lugar, está Quindeloma Art Hotel and Gallery el único de los citados en la tabla anterior que cuenta con la certificación Calidad *Quality* Ecuador.

En Guano, la empresa con mayor número de capacidad instalada es el Hotel San Andrés para 41 personas y los otros dos para 26 personas; el Hotel Fray Lázaro oferta más servicios. Los tres hoteles cuentan con Facebook, y página web a excepción del Hotel San Andrés que al momento no está disponible.

En comparación de la demanda, es evidente que en Riobamba existe un mayor número de turistas y por lo mismo mayor oferta, pero la semejanza de los establecimientos entre los dos cantones radica en lo reservados que son en general para compartir información no solo entre ellos, sino también, con la Dirección de Turismo de cada lugar, esto debido a que no todos cumplen con las condiciones de ley con sus colaboradores, y tienen temor de al revelar datos verdaderos recibir una sanción por el SRI, sin tomar en cuenta, que sus datos contribuyen a llevar un mayor control del movimiento turístico local y con ello poder tomar decisiones efectivas.

4.1.2. Análisis de la demanda

En el análisis de la demanda se precisó el perfil de la demanda y el nicho de mercado a captar.

4.1.2.1. Perfil de la demanda

Con respecto al perfil de la demanda que visita a Riobamba, según el GAD-M Riobamba (2020), con los datos obtenidos en el 2018 el total de turistas fue de 59.881 personas, de las cuales el mayor porcentaje corresponde a los turistas nacionales 88,39% y tan solo el 11,61% a los extranjeros, es decir 52.928 y 6.953 personas respectivamente, en la tabla 9-4 se detalla sus características.

Tabla 9-4: Perfil del turista nacional que visita a Riobamba

Características	Extranjero 11,61%	Nacional 88,39%
Sociográficas	Proviene en su mayoría de Colombia 17%, Perú 13%, USA (Estados Unidos de América) 12%, pero también de Alemania 9%, Francia 7% y del resto del mundo 42%	Proviene en su mayoría de Guayaquil 38%, Quito 21%, pero también de Cuenca 9%, Ambato 3%, Machala 3% y del resto del país 26%.
Psicográficas	Personas de género masculino y femenino de entre 21 y 40 años que poseen estudios secundarios, universitarios y de post grado. El gasto promedio se calcula entre \$ 31,00 a \$ 50,00 por día. Se informan sobre actividades turísticas o lugares para visitar en guías de viaje como <i>Lonely Planet</i> e internet	Personas de género masculino y femenino de entre 25 y 34 años. El gasto promedio es de \$ 52,71 por día. Más de la mitad se informan a través de internet 54%, en menor porcentaje por recomendación 25%, guías turísticas 10%, seguido de agencias de viajes 5% y revistas 5%.
	Elijen viajar con amigos o en pareja. El 27% no especifica si se queda más de cuatro días o menos de un día, el 24% permanece dos días, el 21% tres días, el 18% un día y el 10% cuatro días.	

Características	Extranjero 11,61%	Nacional 88,39%
	El gasto promedio en alojamiento por cada turista es de \$ 18,45. Tipos de servicios utilizados: alimentación y alojamiento 35% cada uno, transporte 21%, información turística 75 y otros 2%.	
Motivacionales	<p>Interés en conocer atractivos naturales y culturales.</p> <p>Los atractivos turísticos naturales que prefieren son las montañas de los Andes, reservas naturales y cascadas.</p> <p>De los atractivos culturales prefieren conocer ruinas históricas, grupos étnicos y talleres artesanales.</p> <p>El tipo de artesanías que prefieren son: textiles, figuras de tagua y artículos decorativos para el hogar.</p> <p>Entre las actividades de su preferencia están: cabalgatas, caminatas, excursiones, andinismo, intercambio cultural y ciclismo de montaña.</p>	<p>Principalmente por vacaciones, recreación y ocio 52%, seguido de visita a familiares y amigos 26%, negocios 4% y otros 18%.</p> <p>El tipo de turismo que realizan es en el siguiente orden de preferencia: cultural 38%, natural 25%, deporte y aventura 17%, religioso 12% y comunitario 8%.</p> <p>También son atraídos por la gastronomía</p> <p>Prefieren visitar al nevado Chimborazo, el viaje en ferrocarril (no disponible actualmente) y los eventos relacionados con las festividades de la ciudad o sus parroquias como las ferias taurinas.</p>

Fuente: GADM-R, 2018; Dirección de Gestión de Turismo del GADM-R, 2022

Realizado por: Escudero, J., 2023

La afectación del sector turístico a consecuencia de la pandemia mundial COVID-19 fue muy notable, por lo que, con el objetivo de conocer el nuevo comportamiento del turismo nacional, el MINTUR (2021b) realizó un levantamiento de información; en términos generales a partir de las encuestas realizadas se determinó que los viajes nacionales superan a los internacionales, sobre la compañía habitual antes y ahora en su mayoría es con la familia, seguido de amigos; el destino preferido en estos dos momentos es la región Costa y luego la Sierra, pero, el tiempo de pernoctación era marcado de 2 a 4 noches en el destino, hoy en mayor porcentaje de al menos una noche; eso sí, la mayor motivación para programar un viaje es encontrar lugares donde se apliquen protocolos de bioseguridad.

Las nuevas tendencias de turismo para el 2022 se centra en movilizaciones con familia, toma fuerza el turismo de ecoturismo, aventura y comunitario (Ostelea, 2021; citado en Molina et al., 2022, p.6). Es decir, se marca un gran énfasis en un turismo regenerativo y consciente con el ambiente y la población local, valorando los recursos y gozando de las actividades y cultura propia del lugar (Oviedo y Olivo, 2021, p.57).

Esto es beneficioso para el turismo en Riobamba, pues, gran parte de su oferta se basa en estas modalidades de turismo, lo que será atractivo para motivar la movilidad de los turistas, y, por tanto, la creación de establecimientos turísticos que cubran sus necesidades.

Ahora bien, en Riobamba para el año 2022, haciendo un análisis de los datos que reposan en la Dirección de Gestión de Turismo del GAD – M Riobamba de enero a mayo; el mes de abril despuntó con mayor número de turistas a comparación de los otros meses, esto se ve reflejado en la ocupación de alojamiento con un 64%, mientras que, en mayo tan solo el 16,40%.

Los turistas nacionales provienen de Guayaquil y Quito primordialmente, y los extranjeros de Francia, Colombia y Alemania, en similar proporción son de género masculino y femenino, el rango de edad más representativo de turistas es de 25 a 34 años, seguido de 35 a 44 años, el 36% permanecen dos días, el 30% tres días, el 28% cuatro días y el 6% un día. Con relación a la preferencia de alojamiento sobresale el hotel y luego el hostel; y el medio de información se su preferencia es el internet. Finalmente, el gasto promedio por día varía desde \$ 30,00 o hasta más de \$ 120,00.

4.1.2.2. Nicho de mercado a captar

Como resultado del análisis anterior, en función de la comparación de datos entre el 2018 y 2022, el nicho de mercado a captar son hombres y mujeres de 25 a 34 años que viajan en compañía de amigos o familiares y otros por negocios, que permanecen de dos a tres días, con un gasto promedio desde los \$ 30,00 o hasta más de \$ 120,00 por día, que prefieren hospedarse en un hotel y disfrutar del destino de montaña, de áreas protegidas o reservas, destino urbano o de ciudad y destino de aventura.

4.1.3. Confrontación oferta – demanda

Para la confrontación oferta – demanda, se llevó a cabo las proyecciones de la oferta, de la demanda; el cálculo de la demanda potencial, insatisfecha y objetivo.

4.1.3.1. Proyecciones oferta

Tomando en cuenta a los establecimientos de alojamiento del cantón Riobamba que representan la oferta sustitutiva, en su conjunto registraron 6.872 pax para el año 2021. Para obtener la proyección se tomó en cuenta el 4%, ya que, es el crecimiento del activo de las actividades de alojamiento entre el periodo 2016 y 2020 (CFN, 2022), así como, la tasa de crecimiento de consumo turístico según la OMT a nivel mundial.

Con los datos anteriormente descritos se aplicó la fórmula de incremento compuesto $Pt = Po (1 + r)^t$, para proyectar la demanda turística para los próximos 5 años.

Esta fórmula se ha aplicado debido porque permite analizar la variación o crecimiento de ciertas variables en un periodo de tiempo determinado, dando resultados en función de escenarios suavizados o mucho más estables, así se tiene que:

P_t = demanda anual de t años;

P_o = demanda inicial;

r = tasa de crecimiento expresada en decimales;

t = número de años después del año inicial;

Tabla 10-4: Proyecciones de la oferta

Año	Periodo	Oferta
	2022	7.147
0	2023	7.433
1	2024	7.730
2	2025	8.039
3	2026	8.361
4	2027	8.695
5	2028	9.043

Realizado por: Escudero, J., 2023

4.1.3.2. Proyecciones demanda

El cantón Riobamba en el año 2021 registró un total de 22.193 turistas (GADM-R, 2022); 21.773 nacionales y 420 extranjeros, para proyectar se aplicó la fórmula de incremento compuesto $Pt = Po (1 + r)^t$, para proyectar la demanda turística para los próximos 5 años. La tasa de crecimiento corresponde al porcentaje de aumento de consumo turístico según la OMT del 4% a nivel mundial.

Tabla 11-4: Proyecciones de la demanda

Año	Periodo	Oferta
	2022	23.081
0	2023	24.004
1	2024	24.964
2	2025	25.963
3	2026	27.001
4	2027	28.081
5	2028	29.204

Realizado por: Escudero, J., 2023

4.1.3.3. Cálculo de la demanda potencial

Para determinar la demanda potencial se basó en la edad del perfil del nicho de mercado a captar, y, por otro lado, en el porcentaje que de acuerdo con el MINTUR (2021b), es del 32% que corresponden a adultos jóvenes a los cuales se les realizaron las encuestas, en la tabla 12-4 se presenta los resultados.

Tabla 12-4: Cálculo de la demanda potencial

Año	Periodo	Demanda
	2022	7.386
0	2023	7.681
1	2024	7.989
2	2025	8.308
3	2026	8.640
4	2027	8.986
5	2028	9.345

Realizado por: Escudero, J., 2023

4.1.3.4. Cálculo de la demanda insatisfecha

Para obtener la demanda insatisfecha se consideró el promedio de demanda captada por la potencial competencia del establecimiento que representa 6.872 pax en el año 2021, con la cual en la tabla 13-4 se predice los siguientes resultados:

Tabla 13-4: Cálculo de la demanda insatisfecha

Año	Periodo	Demanda insatisfecha
	2022	239
0	2023	249
1	2024	258
2	2025	269
3	2026	280
4	2027	291
5	2028	302

Realizado por: Escudero, J., 2023

4.1.3.5. Cálculo de la demanda objetivo

Se pretende captar el 6% de la demanda insatisfecha, debido a la capacidad que se pretende instalar en el hotel que representa a 18 pax diarios, es decir, 6.570 al año, y en relación con la demanda que tuvo el Hotel Quindeloma en el año 2021 que es 1.712 huéspedes, pues, es el establecimiento con mayor similitud con el hotel que se implementará, de esa manera en la tabla 14-4 se indican los resultados:

Tabla 14-4: Cálculo de la demanda objetivo

Año	Periodo	Demanda objetivo
	2022	1.434
0	2023	1.491
1	2024	1.551
2	2025	1.613
3	2026	1.677
4	2027	1.744
5	2028	1.814

Realizado por: Escudero, J., 2023

4.1.3.6. Consumo aparente por producto

Para establecer el consumo aparente por producto se ha considerado los porcentajes de aceptación del mercado para cada actividad, derivados de los servicios que utilizan los turistas (Zurita et al., 2021, p.122).

El porcentaje de aceptación para el alojamiento es del 28%, para alimentos y bebidas el 34%, para actividades el 9% y para otros el 29%.

Tabla 15-4: Consumo aparente por producto

Año	Periodo	Demanda objetivo	Alojamiento 28%	Alimentación 34%	Recreación 9%	Otros 29%
	2022	1.434	401	487	129	416
0	2023	1.491	417	507	134	432
1	2024	1.551	434	527	140	450
2	2025	1.613	452	548	145	468
3	2026	1.677	470	570	151	486
4	2027	1.744	488	593	157	506
5	2028	1.814	508	617	163	526

Realizado por: Escudero, J., 2023

En cuanto al alojamiento, se han planteado cuatro tipos de habitaciones, así también, para la denominación otros se propusieron cuatro paquetes, estos determinados según la clasificación del nicho de mercado que se especifica en el Informe del flujo turístico de noviembre del cantón Riobamba (GAD-M Riobamba, 2022, p.22); por lo que, se ha tomado en cuenta la demanda objetivo a partir del año cero para realizar las siguientes proyecciones.

Tabla 16-4: Consumo aparente de alojamiento por tipo de habitación

Año	Periodo	Simple 4%	Doble 22%	Triple 58%	Matrimonial 16%
0	2023	17	92	242	67
1	2024	17	96	252	69
2	2025	18	99	262	72
3	2026	19	103	272	75
4	2027	20	107	283	78
5	2028	20	112	295	81

Realizado por: Escudero, J., 2023

Tabla 17-4: Consumo aparente de alojamiento por tipo de paquete

Año	Periodo	Individual 4%	Amigos 22%	Familiar 58%	Parejas 16%
0	2023	17	95	251	69
1	2024	18	99	261	72
2	2025	19	107	282	78
3	2026	21	120	318	88
4	2027	25	140	372	103
5	2028	30	170	452	125

Realizado por: Escudero, J., 2023

Para la denominación recreación se ha planificado cuatro actividades, una gastronómica y tres culturales – educativas, se ha dividido el porcentaje de aceptación de la demanda objetivo en 50%

para la primera y 50% para las tres últimas, obteniendo las proyecciones que se encuentran en la tabla 18-4.

Tabla 18-4: Consumo aparente de alojamiento por actividades complementarias

Año	Periodo	Gastronómica	Cultural – educativa		
		50%	50%		
0	2023	68	22	22	22
1	2024	71	23	23	23
2	2025	77	25	25	25
3	2026	87	28	28	28
4	2027	102	33	33	33
5	2028	124	40	40	40

Realizado por: Escudero, J., 2023

4.2. Diseño técnico de la oferta principal y complementaria

4.2.1. Lienzo del negocio

Con la utilización del lienzo se identificó el modelo de negocio para el Hotel San Rafael, en la tabla 19-4 se pormenoriza los aspectos por cada módulo.

Tabla 19-4: Lienzo del negocio

Asociaciones claves	Actividades claves	Propuesta de valor	Relaciones	Segmento
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de insumos, mobiliario, enseres y equipos. • Agencias de viajes. • Dirección de Gestión de Turismo del GAD-M Riobamba. • Cámara de Turismo de Chimborazo. • Federación Hotelera del Ecuador • Asociación hotelera de Chimborazo. • Artesanos locales. • Artesanos panaderos del cantón Guano. • Practicantes de universidades. • Productores agropecuarios locales. • Empresas existentes a nivel nacional. 	<p>Diseño:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan de negocios • Adquisición de insumos, mobiliario, enseres y equipos. • Alianzas estratégicas. <p>Gerencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestionar los diferentes procesos del establecimiento manteniendo una productividad eficaz y eficiente. <p>Talento humano:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión y capacitación del talento humano. <p>Marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantener los márgenes de ocupación del establecimiento. <p>Compras:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Negociación con proveedores. • Almacenamiento de suministros, materiales y artesanías. <p>Reservas y recepción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión de reservas. • Atención al cliente desde el <i>check in</i> hasta el <i>check out</i>. <p>Habitaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento óptimo de habitaciones. • Mantenimiento del menaje de las áreas del hotel. <p>Alimentos y bebidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparación de alimentos y bebidas. • Atención al cliente. 	<p>El Hotel San Rafael combina la calidad de los servicios de alojamiento y alimentos y bebidas, con la generación de experiencias, cuenta con actividades que promueven la salvaguarda de la cultura, además, ofrece diversión y entretenimiento con su acogedor lounge bar.</p>	<p>Preventa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promoción. • Asistencia personalizada. <p>Ejecución del servicio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planes de fidelización. <p>Posventa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento y constante comunicación con el cliente. 	<p>Hombres y mujeres de 25 a 34 años que viajan en compañía de amigos o familiares, que permanecen de dos a tres días, con un gasto promedio desde los \$ 30,00 o hasta más de \$ 120,00 por día, que prefieren hospedarse en un hotel y disfrutar del destino de montaña, de áreas protegidas o reservas, destino urbano o de ciudad y destino de aventura.</p> <p>Hombres y mujeres que llegan a la ciudad de Riobamba con el objetivo de realizar negocios.</p>

	<p style="text-align: center;">Recursos claves</p> <ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura insumos, mobiliario, enseres y equipos. • Talento humano. • Financiamiento. • Materia prima para cada área. 		<p style="text-align: center;">Canales</p> <p>Directos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hotel • Página Web. • Redes Sociales. • Ferias. • Visitas de venta. <p>Indirectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agencias de viajes. • Plataformas digitales. 	
Estructura de costos		Fuentes de ingreso		
<p>Requerimientos área comercial, productiva y administrativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Equipamiento e insumos. • Capital humano. • Gastos legales y financieros. • Branding y publicidad. • Infraestructura. 		<p>Venta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento. • Alimentos y bebidas. • Tienda de artesanías. • Lounge bar <p>Formas de pago: efectivo, transferencia, depósito, tarjeta de crédito y débito.</p>		

Realizado por: Escudero, J., 2023

4.2.2. Validación del lienzo del negocio mediante el método doble diamante

Para validar el lienzo de negocio se utiliza el método doble diamante, el cual se encuentra descrito en la Ilustración 1-4.

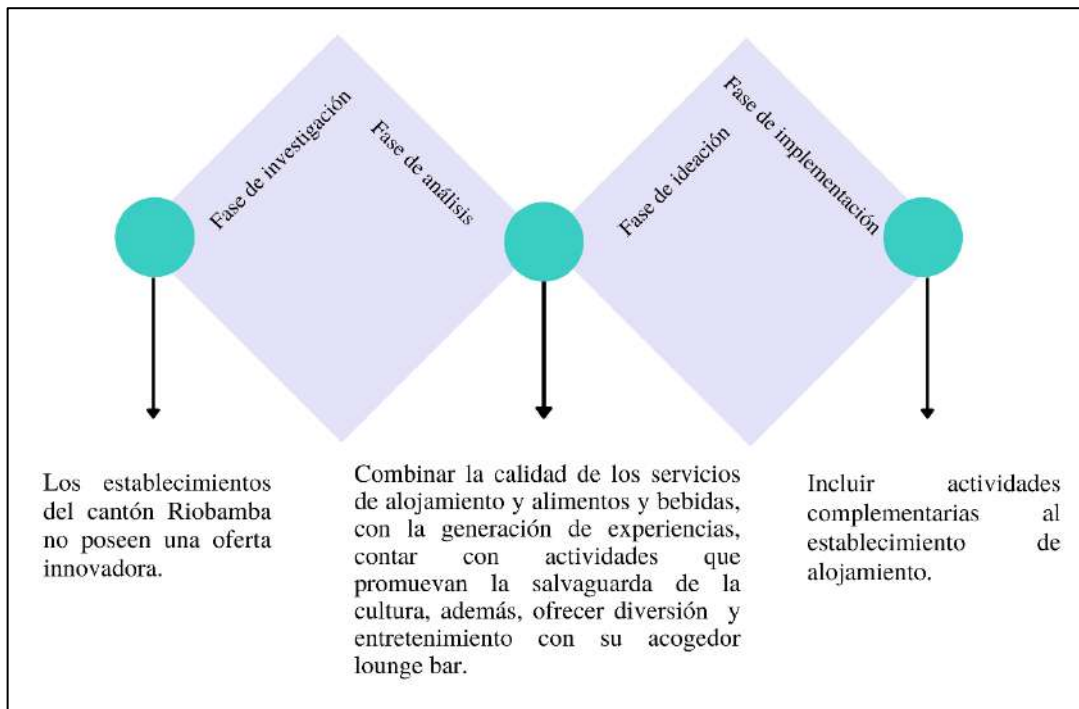


Ilustración 4-4: Modelo doble diamante aplicado al Hotel San Rafael

Realizado por: Escudero, J., 2023

Con base primordialmente en el estudio de mercado, en la fase de investigación y de análisis se determinó que el problema inicial es que los establecimientos de la ciudad de Riobamba no poseen una oferta innovadora.

En la fase de ideación e implementación con el objetivo de llegar al nicho de mercado definido, se precisa que la solución está en incluir experiencias complementarias al establecimiento de alojamiento para brindar un excelente servicio que genere una sensación inolvidable en el consumidor, por ejemplo: contando con personal capacitado o realizando actividades sensoriales como elaborar artesanías con una persona local o preparar un plato típico con el chef.

Para ello, en el primer caso se negociará con los artesanos para acordar las condiciones y poder desarrollar la actividad enfocándose en parte en la Responsabilidad Social Empresarial, involucrando a la comunidad local en el funcionamiento del proyecto, y, en el segundo caso se planificará de acuerdo con la época las fechas y se seleccionará los platos típicos cuando estará disponible esa experiencia.

Finalmente, el principal desafío será superar las expectativas del consumidor, para lo cual, se realizará el diseño de la oferta principal y complementaria según los requerimientos del nicho de mercado a captar.

4.2.3. Diseño arquitectónico

Se pretende construir un establecimiento de alojamiento turístico categorizado como hotel de 3 estrellas, en una sola edificación de cuatro plantas con restaurante, habitaciones, gimnasio, tienda de artesanías, área de lavandería, área de comedor para colaboradores, oficina de administración, bodegas, lounge bar, área de almacenamiento de artículos personales (casilleros) para los colaboradores y parqueadero.

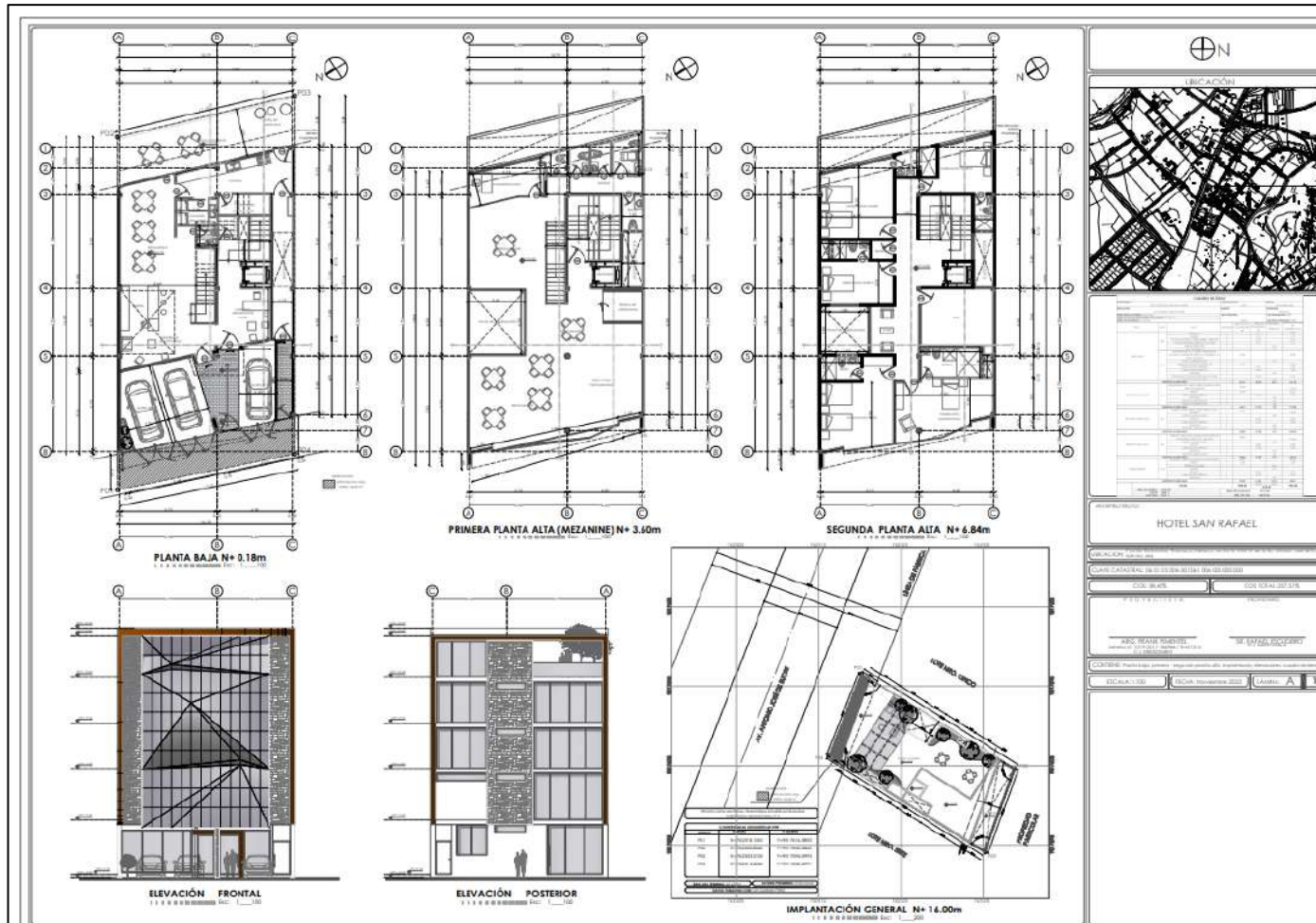


Ilustración 5-4: Plano arquitectónico general de distribución de las áreas en el hotel 1-2

Realizado por: Pimentel, F., 2023

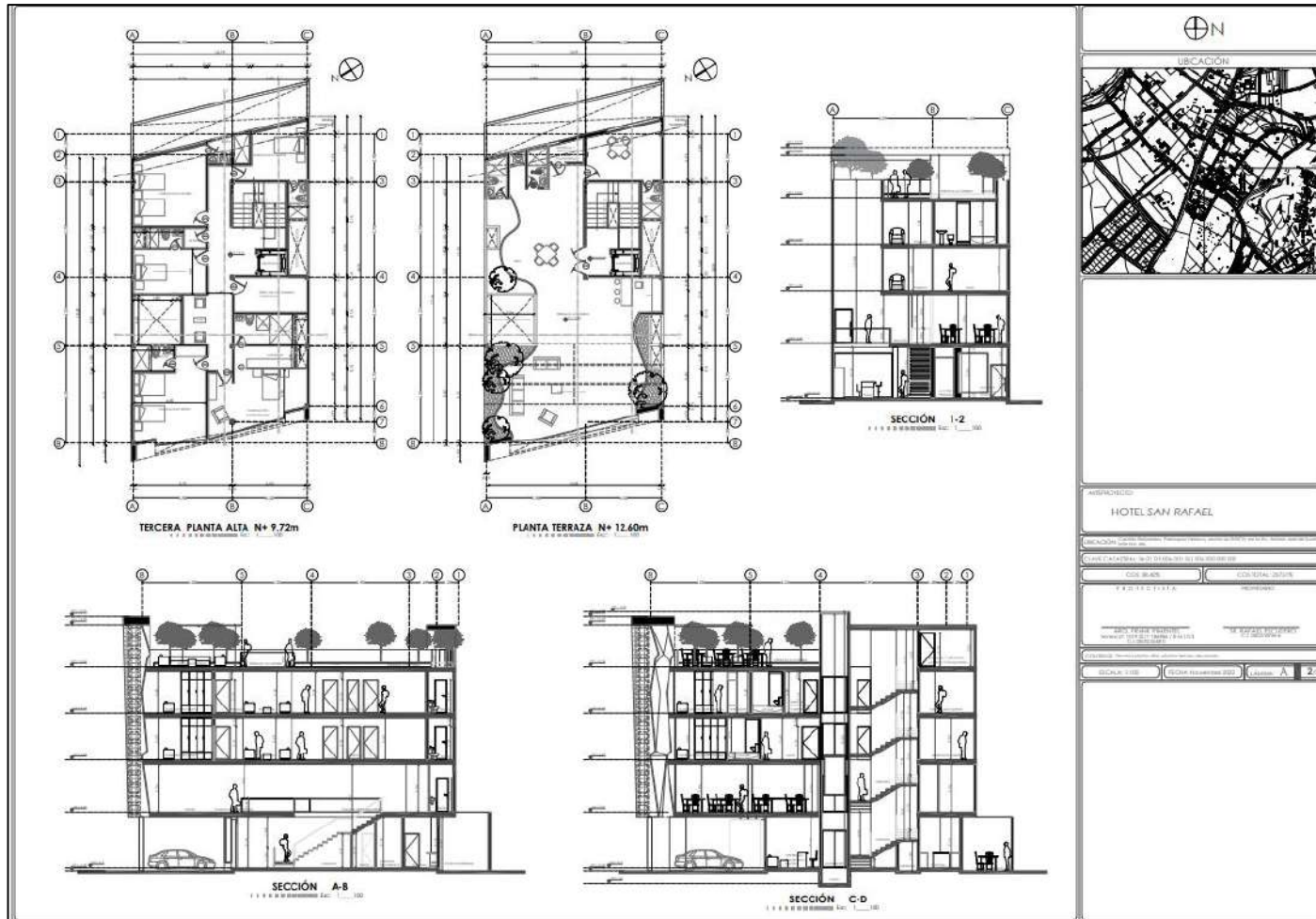


Ilustración 6-4: Plano arquitectónico general de distribución de las áreas en el hotel 2-2

Realizado por: Pimentel, F., 2023

4.2.3.1. Dimensiones de la edificación

El área de terreno es de 216,85 m², el área útil es de 558,40 m² y el área bruta total de construcción es de 742,38 m² distribuidos de la siguiente manera:

CUADRO DE ÁREAS								
PROPIETARIO: SR. ESCUDERO IZA SEGUNDO RAFAEL				ZONIFICACIÓN: EJ 15-A		FECHA: NOVIEMBRE 2022		
UBICACIÓN: AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE				BARRIO: -		PARROQUIA: VELASCO		
ÁREA BRUTA DEL PREDIO : 241.53 m ²				USO PRINCIPAL: MIXTO		COS PB MUNICIPIO: 80%		
ÁREA DE AFECTACIÓN SEGÚN IFR N 2022-564: 24.68 m ²						COS TOTAL MUNICIPIO: 480%		
ÁREA ÚTIL DEL PREDIO: 216.85 m ²								
PISO	NIVEL	USOS	UNIDADES	ÁREA ÚTIL (AÚ) O COMPUTABLE m ²	ÁREA NO COMPUTABLE		ÁREA BRUTA TOTAL DE CONSTRUCCIÓN m ²	
					CONSTRUIDA m ²	ABIERTA m ²		
PLANTA BAJA	0.00	GARAJE 1-3	3		37.06		37.06	
		JARDIN	1		1.72		1.72	
		ACCESO PEATONAL A RESTAURANT- PENSIÓN	1		10.14		10.14	
		ACCESO PEATONAL SERVICIO COCINA	2		5.16		5.16	
		ÁREA DE DESECHOS	1			5.90		
		PATIO POSTERIOR	1			27.40		
	0.18	RESTAURANT (CAJA, BARRA, RESTAURANT, COCINA, CÁMARA FRIGORÍFICO, DESPENSA, 1/2 BAÑO, GRADAS)	1	70.88				70.88
		POZO DE ILUMINACIÓN	1			13.92		
		VESTIBULO (RECEPCIÓN PENSIÓN)	1	12.73				12.73
		CIRCULACIÓN COMUNAL	1		2.78			2.78
		CIRCULACIÓN VERTICAL	1		14.09			14.09
		ASCENSOR	1			3.50		
		CIRCULACIÓN ACCESO SERVICIO COCINA	1		7.44			7.44
DUCTO DE VENTILACIÓN	1			4.42				
SUBTOTAL PLANTA BAJA				83.31	78.39	55.14	161.70	
PRIMERA PLANTA ALTA	3.60	ADMINISTRACIÓN, PLANTA LIBRE (GALERIA), ESTAR, ÁREA FOTOGRAFÍAS	3	143.04			143.04	
		BAÑOS	1	23.07			23.07	
		CIRCULACIÓN VERTICAL	1		13.74		13.74	
		ASCENSOR	1			3.50		
		DUCTO DE VENTILACIÓN	1			4.42		
		POZO DE ILUMINACIÓN	1			9.00		
SUBTOTAL PLANTA ALTA				166.11	13.74	7.92	179.85	
SEGUNDA PLANTA ALTA	6.84	HABITACIONES SIMPLE, DOBLE, TRIPLE, GYM, BODEGA	7	142.25			142.25	
		POZO DE ILUMINACIÓN	1			9.00		
		PASILLO	1		24.06		24.06	
		CIRCULACIÓN VERTICAL	1		13.74		13.74	
		ASCENSOR	1			3.50		
		DUCTO DE VENTILACIÓN	1			4.42		
SUBTOTAL PLANTA ALTA				142.25	37.80	16.92	180.05	
TERCERA PLANTA ALTA	9.72	HABITACIONES SIMPLE, DOBLE, TRIPLE, ÁREA DE LAVANDERÍA Y SERVICIOS, BODEGA	7	142.86			142.86	
		POZO DE ILUMINACIÓN	1			9.00		
		PASILLO	1		24.06		24.06	
		CIRCULACIÓN VERTICAL	1		13.74		13.74	
		ASCENSOR	1			3.50		
		DUCTO DE VENTILACIÓN	1			4.42		
SUBTOTAL PLANTA ALTA				142.86	37.80	16.92	180.66	
PLANTA TERRAZA	12.60	BODEGA Y SERVICIOS LAVADO Y PLANCHADO	1	20.39			20.39	
		BAÑO	1	3.48			3.48	
		TERRAZA ACCESIBLE	1			102.42		
		JARDIN	1			31.71		
		PASILLO	1		2.51		2.51	
		CIRCULACIÓN VERTICAL	1		13.74		13.74	
		ASCENSOR	1			3.50		
SUBTOTAL PLANTA ALTA				23.87	16.25	137.63	40.12	
TOTAL				558.40	183.98	234.53	742.38	
ÁREA DEL TERRENO 216.85 M²			ÁREA ÚTIL PLANTA BAJA 83.31 M²					
COS PB 38.42 %			ÁREA ÚTIL TOTAL 558.40 M²					
COS TOTAL 257.51 %								

Ilustración 7-4: Cuadro de áreas por planta del Hotel San Rafael

Realizado por: Pimentel, F., 2023

4.2.3.2. Características de la construcción

El hotel contará con tres accesos bien definidos: uno para el restaurante, uno para el hotel y otro de uso para los colaboradores que conecta al área de cocina y exterior; además, todas las áreas tendrán la respectiva identificación y señalética, a continuación, la descripción de cada una:

- **Restaurante:** Ubicado en dos plantas; en la baja al ingresar se observará la recepción, las mesas en el interior y exterior, el área de cocina con su área frigorífica y de despensa; y un área de desechos; mientras que, en la primera planta alta estará un área fotográfica, los cuartos de baño y las demás mesas.
- **Habitaciones:** Son diez habitaciones que se ubicarán en la segunda y tercera planta alta, distribuidas en dos suites matrimoniales, cuatro simples, dos dobles y dos triples, con una capacidad instalada para 18 personas por día.
- **Gimnasio:** Estará en la segunda planta alta, con una puerta de acceso.
- **Tienda de artesanías:** Se ubicará en la primera planta alta junto al ascensor.
- **Lounge bar:** Estará en la planta terraza, contará con su propio bar, y cuartos de baño; estará decorada con áreas verdes.
- **Oficina de administración:** Se ubicará en la primera planta alta.
- **Bodegas:** El establecimiento contará con cuatro bodegas, una en cada planta, las mismas que será utilizadas para almacenar la indumentaria y equipamiento del hotel.
- **Área de comedor para el personal:** Ubicado en la planta terraza y tendrá su propio cuarto de baño.
- **Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros) para los colaboradores:** Son los casilleros que estarán en el pasillo de ingreso de los colaboradores en la planta baja.
- **Parqueadero:** Ubicado en la planta baja con capacidad para al menos tres automóviles.
- **Recepción:** Contará con tres mostradores diferenciados, una para el hotel que tendrá su propio lobby, otro para el restaurante y finalmente, uno para el lounge bar.

4.2.3.3. *Materiales de construcción*

Los materiales de construcción preponderantes serán hormigón, acero, bloque, ladrillo, cerámica, y madera; la decoración con estilo contemporáneo que refleje comodidad y a la vez sea acogedor, con un toque de sofisticación, elegancia y frescura, por lo que, todos los espacios contarán con suficiente luminosidad y techos altos.

Las instalaciones deberán estar correctamente implementadas de acuerdo con el diseño sanitario y el estudio eléctrico para que tengan una funcionalidad óptima y a largo plazo.

Adicionalmente, cabe mencionar, que se usarán materiales de construcción de la tecnología más actualizada en eficiencia energética y que se alineen con el desarrollo sostenible, desde su procedencia hasta su funcionamiento.

4.2.3.4. *Distribución*

- **Restaurante:** Será usado para prestar el servicio de alimentos y bebidas tanto para huéspedes como para clientes externos y se realizarán *shows* en vivo según la programación. La cocina al ser un área primordial contará con una distribución adecuada para la preparación y almacenamiento de alimentos.
- **Habitaciones:** Espacios destinados para el descanso, calma y desconexión de los huéspedes, las cuales contarán con mobiliario y elementos necesarios y útiles para el bienestar de estos.
- **Gimnasio:** Destinado para la ejercitación, con espejos grandes, máquinas y equipamiento suficiente.
- **Tienda de artesanías:** Sitio usado para la exhibición y venta de artesanías o productos elaborados por artesanos de la provincia de Chimborazo a base de madera, fibra natural, porcelana, cerámica, textil u otros.
- **Lounge bar:** Lugar adecuado para la relajación lo que se plasmará en la ambientación de la decoración y música que busca la comodidad mientras disfrutan de la compañía de familia o amigos.
- **Oficina de administración:** Será el área utilizada por los responsables de todos los aspectos administrativos y de gestión del hotel.

- **Bodegas:** De acuerdo con la ubicación de cada una se usará para almacenar los objetos, maquinaria, herramientas o elementos que se utilizarán en cada área; estas estarán debidamente equipadas y señalizadas.
- **Área de comedor para el personal:** Estará destinada para el uso específico del personal con la finalidad de que cuenten con su propia área para los momentos de alimentación y descanso, además, contarán con sus propios utensilios y equipamiento para que se sientan cómodos.
- **Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros) para los colaboradores:** Se usará diariamente para reposar los objetos e indumentaria de cada uno.
- **Parqueadero:** Destinado para el uso de los huéspedes y comensales en general.
- **Recepción:** Será utilizado para dar la bienvenida y atender las solicitudes de los clientes.

4.2.3.5. Presupuesto

En la tabla 20-4, se especifica el presupuesto para la construcción del hotel a través de un APU (Análisis de precios unitarios); los espacios están clasificados en sus respectivas áreas, el área total de construcción se expresa en metros cuadrados, el valor unitario se define por cada metro cuadrado construido y la inversión total es el producto del valor unitario por la cantidad requerida.

Tabla 20-4: Presupuesto de la construcción

	Denominación	Área total de construcción	Valor unitario	Inversión total
Área comercial	Recepción para el servicio de alojamiento	742,38 m2	\$ 350,00	\$ 259.833,00
	Recepción para el servicio de alimentos y bebidas (restaurante)			
	Tienda de artesanías			
	Mostrador para el servicio en el lounge bar			
Área productiva	Habitaciones	742,38 m2	\$ 350,00	\$ 259.833,00
	Gimnasio			
	Área de lavandería			
	Área de comedor para colaboradores			
	Bodegas			
Área administrativa	Oficina de administración			

Realizado por: Escudero, J., 2023

4.2.4. Diseño del servicio

4.2.4.1. Alojamiento

Se construirá diez habitaciones que contarán con baño privado, distribuidas entre suites matrimoniales, habitaciones simples, dobles y triples.

Tabla 21-4: Diseño técnico del alojamiento

Área: Habitaciones	Ficha: 01
Función: Brindar un espacio de descanso con un ambiente de comodidad y relajación.	
Descripción: Habitaciones que se ubicarán en la segunda y tercera planta alta, distribuidas en dos suites matrimoniales, cuatro habitaciones simples, dos dobles y dos triples con una capacidad instalada para 18 pax por día.	
Suites matrimoniales: cama <i>king</i> (2,00 m x 1,90 m), una sala, un baño con <i>jacuzzi</i> , ducha y armario.	
Habitación simple: cama <i>queen</i> (1,50 m x 1,90), baño con ducha y armario.	
Habitación doble: dos camas matrimoniales (1,35 m x 1,90 m), baño con ducha y armario.	
Habitación triple: cama <i>queen</i> , cama matrimonial, baño con ducha y armario.	
Capacidad instalada: 18 pax	

Diseño de la construcción

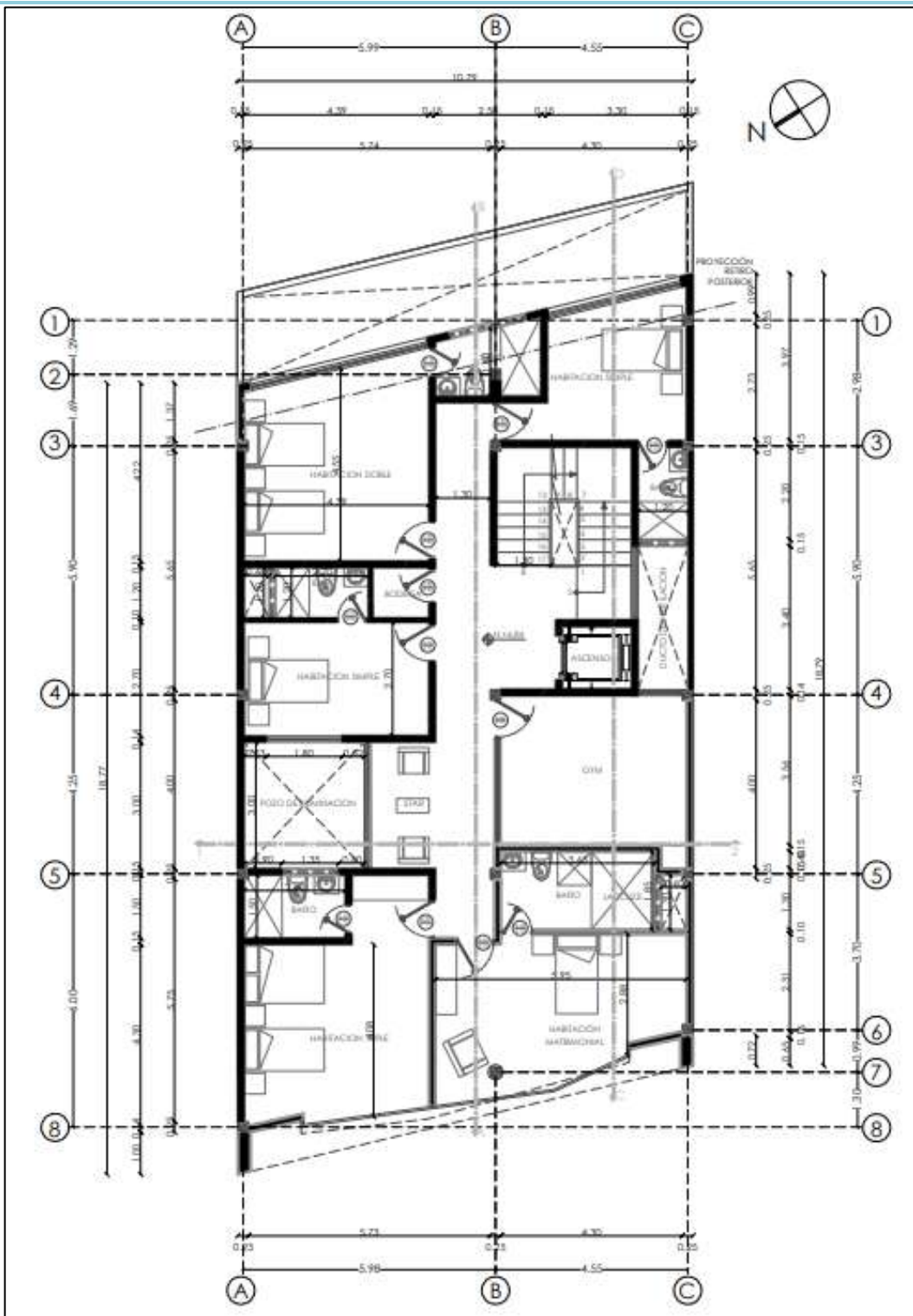


Ilustración 8-4: Habitaciones en la segunda planta alta

Realizado por: Pimentel, F., 2023

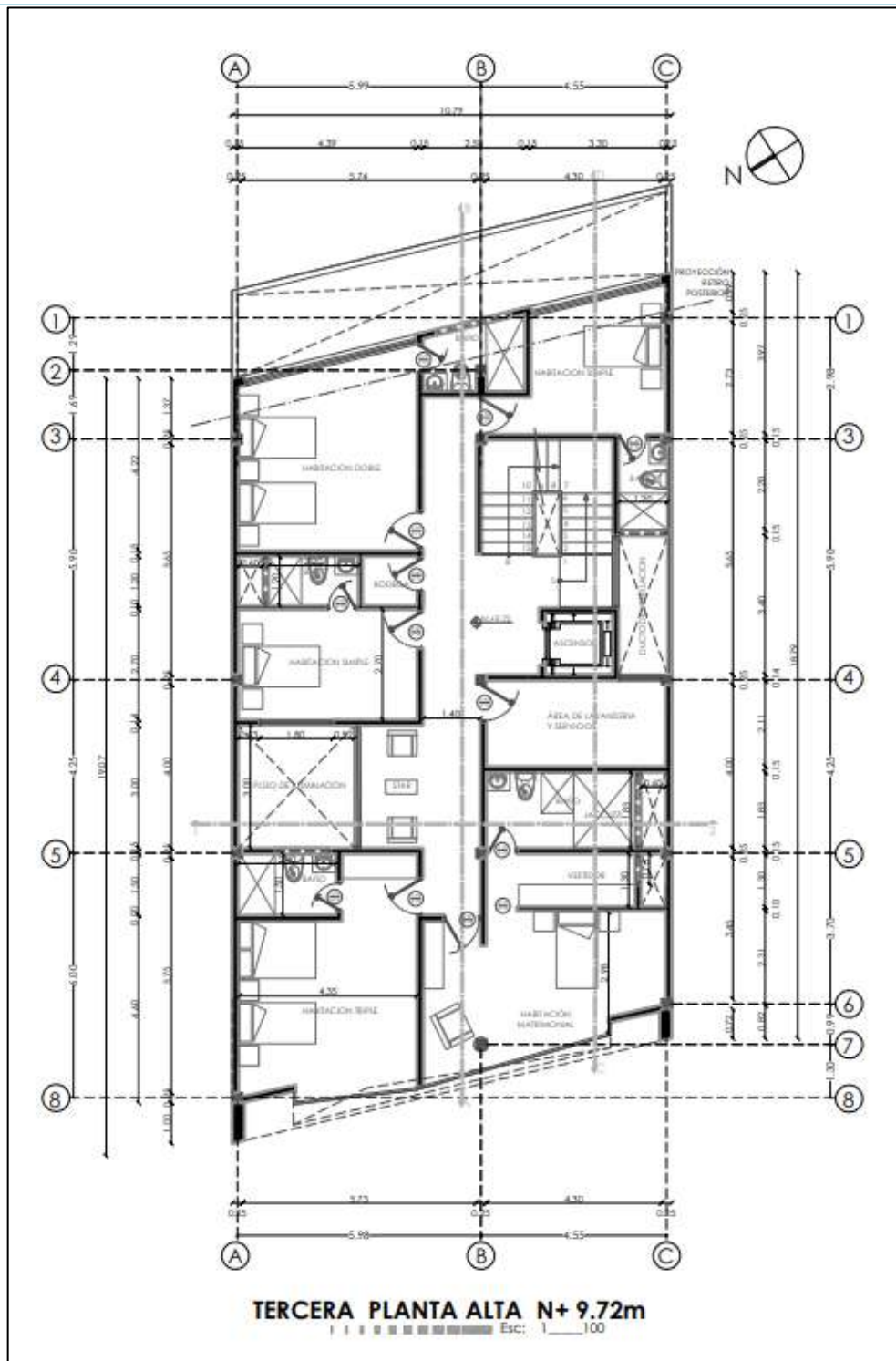


Ilustración 9-4: Habitaciones en la tercera planta alta

Realizado por: Pimentel, F., 2023

Mantenimiento: Las habitaciones serán limpiadas y desinfectadas diariamente, mientras que, la infraestructura externa será evaluada trimestralmente para aplicar los cambios o reparaciones pertinentes.

Observaciones: Las habitaciones matrimoniales están ubicadas con vistas a la vía a Guano.

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Diseño de suites matrimoniales

Las suites matrimoniales tendrán las siguientes características:

Tabla 22-4: Diseño técnico de las suites matrimoniales

Construcción: Suites matrimoniales	Ficha: 02
Función: Brindar un espacio de descanso con un ambiente de comodidad y relajación, de preferencia para parejas.	
Descripción: suites amplias con vistas a la vía a Guano, cuentan con una sala, cama <i>king</i> , vestidor, baño privado, lavamanos, ducha, muebles de baño, <i>jacuzzi</i> y ventanales grandes.	
Capacidad: 2 personas	
Diseño de la construcción	
Ilustración 10-4: Suite matrimonial	
Realizado por: Pimentel, F., 2023	
Mantenimiento: Limpieza y desinfección diaria, evaluación de estructura trimestralmente.	
Observaciones: Las dimensiones de cada suite matrimonial varía en función al espacio donde se ubican como se muestra en el plano arquitectónico general.	

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Diseño de habitaciones simples

Las habitaciones simples tendrán las siguientes características:

Tabla 23-4: Diseño técnico de las habitaciones simples

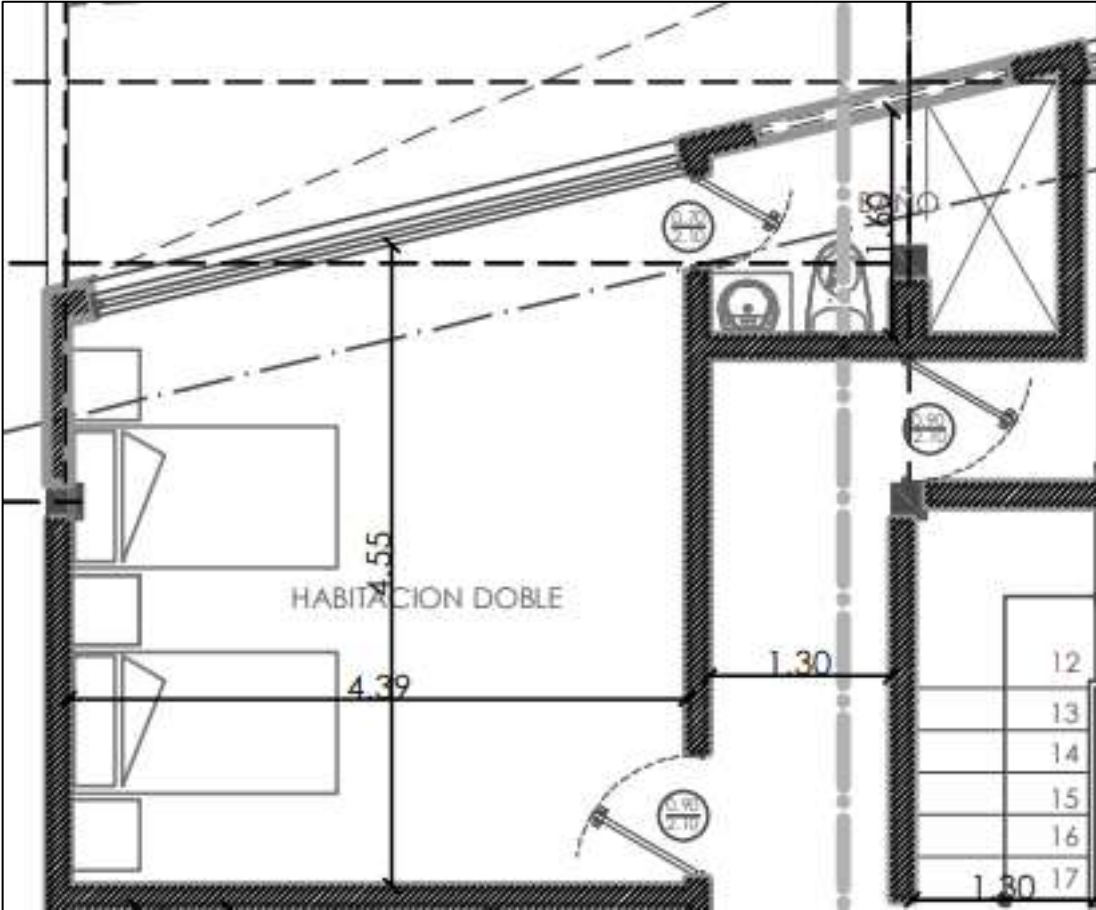
Construcción: Habitaciones simples	Ficha: 03
Función: Brindar un espacio de descanso con un ambiente de comodidad y relajación, de uso para una persona.	
Descripción: habitaciones amplias, cuentan una cama <i>queen</i> , armario, baño privado, lavamanos, ducha y muebles de baño.	
Capacidad: 2 personas	
Diseño de la construcción	
Ilustración 11-4: Habitación simple	
Realizado por: Pimentel, F., 2023	
Mantenimiento: Limpieza y desinfección diaria, evaluación de estructura trimestralmente.	
Observaciones: Las dimensiones de cada habitación simple varía en función al espacio donde se ubican como se muestra en el plano arquitectónico general.	

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Diseño de habitaciones dobles

Las habitaciones dobles tendrán las siguientes características:

Tabla 24-4: Diseño técnico de las habitaciones dobles

Construcción: Habitaciones dobles	Ficha: 04
Función: Brindar un espacio de descanso con un ambiente de comodidad y relajación, de uso para dos personas.	
Descripción: habitaciones amplias, cuentan con dos camas matrimoniales, armario, baño privado, lavamanos, ducha y muebles de baño.	
Capacidad: 2 personas	
Diseño de la construcción	
	
Ilustración 12-4: Habitación doble	
Realizado por: Pimentel, F., 2023	
Mantenimiento: Limpieza y desinfección diaria, evaluación de estructura trimestralmente.	
Observaciones: Las dimensiones de cada habitación doble varía en función al espacio donde se ubican como se muestra en el plano arquitectónico general.	

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Diseño de habitaciones triples

Las habitaciones triples tendrán las siguientes características:

Tabla 25-4: Diseño técnico de las habitaciones triples

Construcción: Habitaciones triples	Ficha: 05
Función: Brindar un espacio de descanso con un ambiente de comodidad y relajación, de uso para tres personas.	
Descripción: habitaciones amplias, cuentan con una cama <i>queen</i> y una matrimonial, armario, baño privado, lavamanos, ducha y muebles de baño.	
Capacidad: 3 personas	
Diseño de la construcción	
Ilustración 13-4: Habitación triple	
Realizado por: Pimentel, F., 2023	
Mantenimiento: Limpieza y desinfección diaria, evaluación de estructura trimestralmente.	
Observaciones: Las dimensiones de cada habitación triple varía en función al espacio donde se ubican como se muestra en el plano arquitectónico general.	

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Requerimientos

Los requerimientos para el alojamiento están determinados en función de la demanda objetivo proyectada para este servicio, se ha ubicado el detalle, cantidad requerida, valor unitario e inversión total.

Tabla 26-4: Requerimientos para el servicio de alojamiento

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipos			
Secador de cabello	10	\$ 15,00	\$ 150,00
Teléfono	10	\$ 25,00	\$ 250,00
Minibar	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Televisor	10	\$ 295,00	\$ 2.950,00
Lámpara para veladores	20	\$ 20,00	\$ 400,00
Lámpara para escritorio	20	\$ 14,00	\$ 280,00
Ducha de lluvia	10	\$ 150,00	\$ 1.500,00
Muebles y enseres			
Summier y cabecera de 3 plazas	2	\$ 140,00	\$ 280,00
Summier y cabecera de 2 1/2 plazas	6	\$ 125,00	\$ 750,00
Summier y cabecera de 2 plazas	6	\$ 110,00	\$ 660,00
Veladores	10	\$ 40,00	\$ 400,00
Armario	10	\$ 80,00	\$ 800,00
Pie de cama	20	\$ 40,00	\$ 800,00
Silla	20	\$ 18,00	\$ 360,00
Mesa peinadora	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Mesa de centro	2	\$ 45,00	\$ 90,00
Materia prima, materiales e insumos			
Menaje		\$ 4.836,00	\$ 4.836,00
Amenities		\$ 2.175,00	\$ 2.175,00
Insumos		\$ 192,00	\$ 192,00
Total general			\$17.313,00

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Estándares mínimos de calidad
 - Contar con habitaciones para personas con discapacidad.
 - Habitaciones con cuarto de baño y aseo privado.
 - Habitaciones insonorizadas.

- Adecuada ventilación mecánica o natural.
- Internet y televisión en todas las habitaciones.
- Portamaletas.
- Agua caliente disponible las 24 horas.
- Servicio de lavandería y planchado.
- Servicio de despertador.
- Servicio telefónico.
- Servicio de alimentos y bebidas a la habitación.
- Atención en al menos dos idiomas.
- La grifería deberá tener sensor.
- Instalaciones rotuladas y señalizadas con materiales que no altere la decoración.
- Limpieza y desinfección diaria.
- *Amenities* personalizados con envases biodegradables y presentes de bienvenida.
- Profesionales calificados para la atención al cliente.
- Personal uniformado.
- Protocolos de bienvenida y despedida de clientes.
- Acompañamiento de clientes hacia las distintas instalaciones.

4.2.4.2. Alimentación

Para el servicio de alimentación se destinará un restaurante de dos plantas, dividido entre: cocina con su área de desechos y el comedor con su área para fotografías, en este sitio se atenderá a los huéspedes registrados en el hotel y también a consumidores externos, la tabla 27-4 detalla las características de estas.

Tabla 27-4: Diseño técnico del restaurante

Construcción: Restaurante	Ficha: 06
Función: Preparar, almacenar y comercializar alimentos y bebidas para los clientes del hotel y los externos.	
Descripción: el restaurante tendrá tres secciones, la primera es la cocina con su respectiva área de desechos, la segunda es para el comedor con su espacio para fotografías y la tercera corresponde a un espacio destinado para el desarrollo de la experiencia demostrativa de preparar un plato típico junto al chef.	
Área de cocina: cocina industrial, lavaplatos, utensilios, electrodomésticos, cuarto frío y de despensa.	
Área de comedor: recepción, barra, mesas y sillas.	
Área de desechos: tachos para basura clasificados.	
Área para fotografías: espacio decorado y con sofá.	

Capacidad: 70 personas

Diseño de la construcción

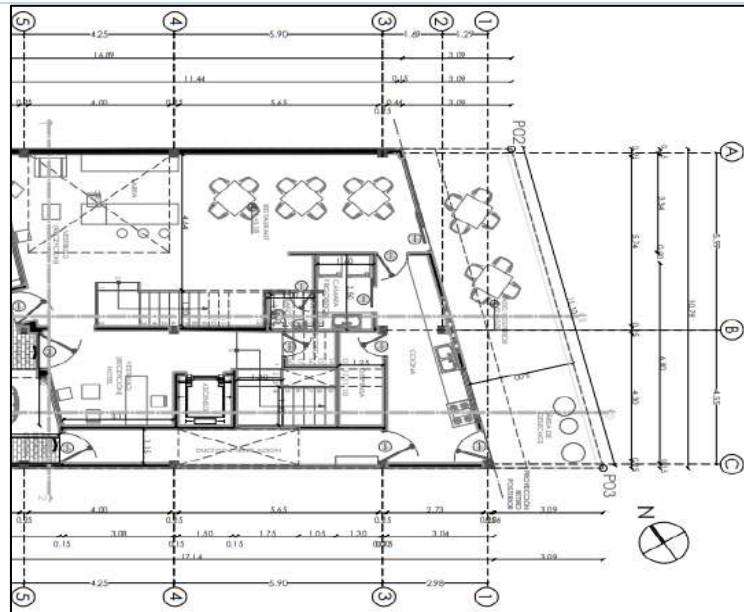


Ilustración 14-4: Restaurante planta baja

Realizado por: Pimentel, F., 2023

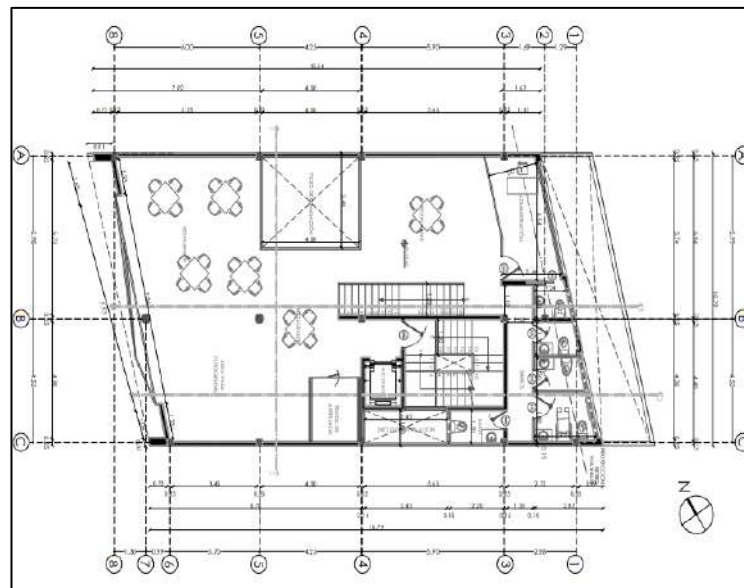


Ilustración 15-4: Restaurante primera planta alta

Realizado por: Pimentel, F., 2023

Mantenimiento: Los espacios serán aseados y desinfectados todos los días, las instalaciones eléctricas y electrodomésticos de evaluarán una vez al mes.

Observaciones: Tendrá su propia puerta de ingreso y recepción.

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Diseño del área de cocina

El área de cocina tendrá las siguientes características:

Tabla 28-4: Diseño técnico del área de cocina

Construcción: Cocina	Ficha: 07
Función: Preparar platillos para el desayuno, almuerzo, cena y eventos especiales.	
Descripción: contará con cocina industrial, lavaderos, mesones, extractor de olores, repisas, frigoríficos, horno, mesas de servicio, cuarto frío, de despensa y área de desechos, también con un área específica para desechos que tendrá tachos de basura clasificados.	
Capacidad: 6 personas	
Diseño de la construcción	
Ilustración 16-4: Cocina	
Realizado por: Pimentel, F., 2023	
Mantenimiento: Limpieza y desinfección todos los días, evaluación de estructura e instalaciones una vez al mes.	
Observaciones: La cocina estará conectada al patio posterior para mayor ventilación y conectará con el pasillo de uso exclusivo para los colaboradores donde estarán sus casilleros y el área de desechos.	

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Diseño del área de comedor

El área de comedor tendrá las siguientes características:

Tabla 29-4: Diseño técnico del área de comedor

Construcción: Comedor	Ficha: 08
Función: Servir platillos al cliente.	
Descripción: en la planta baja contará con mesas internas y externas y un baño; mientras que, en la primera planta alta se ubicarán cinco baños, de los cuales uno será adecuado para personas con capacidades diferentes y se destinará un espacio como área para fotografías.	
Capacidad: 70 personas	

Diseño de la construcción

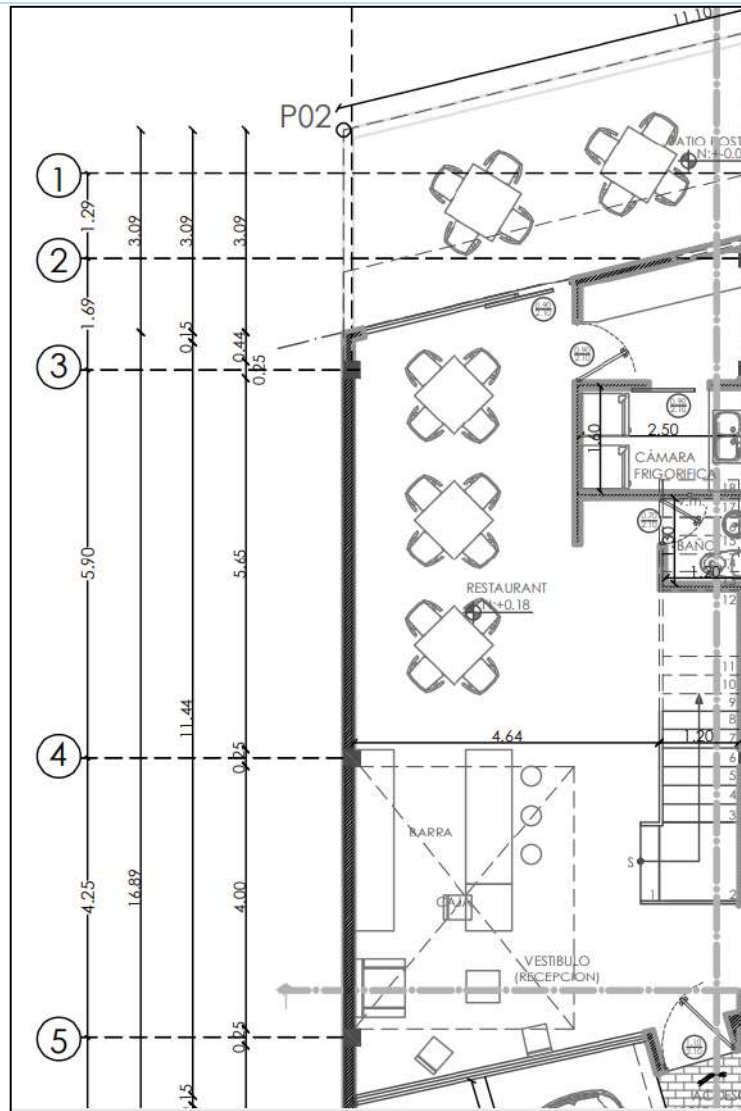


Ilustración 17-4: Comedor planta baja

Realizado por: Pimentel, F., 2023

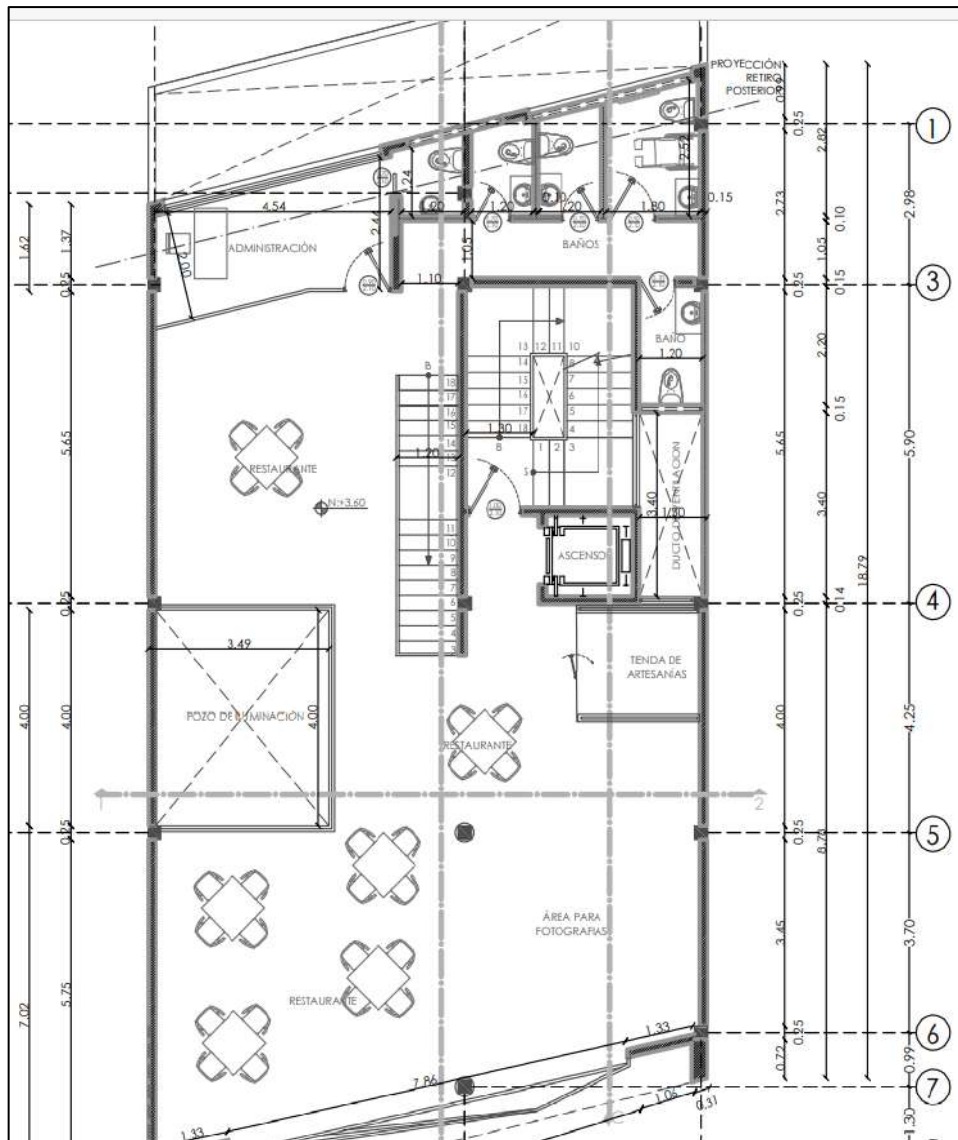


Ilustración 18-4: Comedor primera planta alta

Realizado por: Pimentel, F., 2023

Mantenimiento: Limpieza y desinfección todos los días, evaluación de estructura e instalaciones una vez al mes.

Observaciones: El área para fotografías será decorada de acuerdo con la época del año.

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Requerimientos

Los requerimientos para el servicio de alimentación están determinados en función de la demanda objetivo proyectada para este servicio, se ha ubicado el detalle, cantidad requerida, valor unitario e inversión total.

Tabla 30-4: Requerimientos para el servicio de alimentación

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipos			
Cocina industrial	1	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
Horno	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Microondas	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Freidora	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Plancha de cocina eléctrica	1	\$ 140,00	\$ 140,00
Plancha sandwichera	1	\$ 65,00	\$ 65,00
Waflera	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Congelador	1	\$ 550,00	\$ 550,00
Frigorífico	1	\$ 550,00	\$ 550,00
Licuadaora	3	\$ 80,00	\$ 240,00
Batidora industrial	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Campana extractora	1	\$ 220,00	\$ 220,00
Caja registradora	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Área dora	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Impresora	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Teléfono	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Equipo de sonido	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Terminal electrónica POS	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Muebles y enseres			
Mesa móvil	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Repisas	6	\$ 80,00	\$ 480,00
Silla de oficina	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Mesas	14	\$ 40,00	\$ 560,00
Sillas de comedor	70	\$ 12,00	\$ 840,00
Silla para bebés	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Barra	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Materia prima, materiales e insumos			
Menaje		\$ 913,50	\$ 913,50
Materiales		\$ 1.048,00	\$ 1.048,00
Insumos		\$ 117,00	\$ 117,00
Materia prima		\$ 4.168,00	\$ 4.168,00
Total general			\$ 13.846,50

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Estándares mínimos de calidad
 - Señalización adecuada en todos los espacios.
 - Mesa con espacios habilitados para personas con discapacidad visual o auditiva, para personas con discapacidad motriz la mesa asignada deber ser rectangular, bien ubicada y debe tener una altura de 75 cm libres desde el piso, todo esto señalizado.
 - Tachos para basura clasificados.
 - Instalaciones con ventilación mecánica o natural.
 - Baños con agua caliente.
 - Entrada para clientes y para colaboradores.
 - Salida de emergencia.
 - Espacio suficiente entre mesas para la movilidad de comensales y meseros.
 - Accesos adecuados para personas con discapacidad.
 - Menú físico, digital y en sistema braille; en español e inglés.
 - Servicio de buffet.
 - Servicio de especialidades del chef.
 - Profesionales calificados para la atención al cliente.
 - Personal uniformado.
 - Protocolos de bienvenida y despedida de clientes.
 - Acompañamiento de clientes hacia las distintas instalaciones.

4.2.4.3. Gimnasio

El área de gimnasio se ubicará en la segunda planta alta junto al ascensor.

Tabla 31-4: Diseño técnico del gimnasio

Construcción: Gimnasio	Ficha: 09
Función: Espacio destinado para hacer ejercicio.	
Descripción: contará con un acceso, iluminación natural y artificial; y máquinas para hacer ejercicio.	

Diseño de la construcción

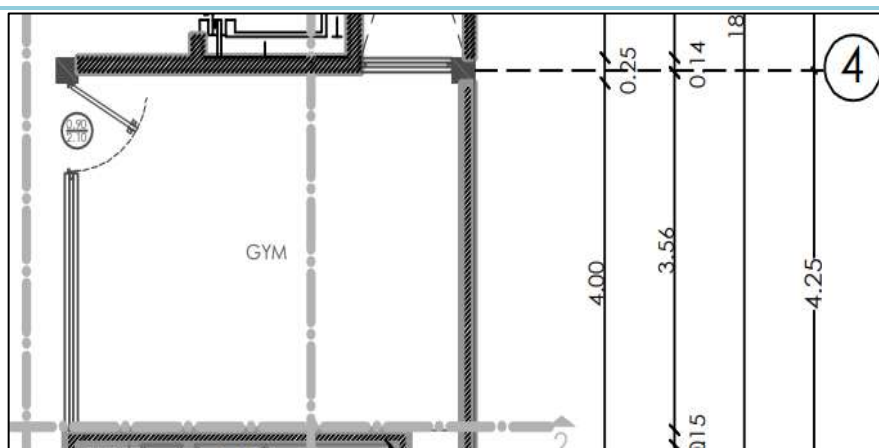


Ilustración 19-4: Gimnasio

Realizado por: Pimentel, F., 2023

Mantenimiento: Limpieza y desinfección todos los días, evaluación de estructura e instalaciones una vez al mes y control de equipos semestralmente.

Observaciones: Estará disponible las 24h.

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Requerimientos

Los requerimientos para el servicio de gimnasio están determinados en función de la demanda objetivo proyectada para este servicio, se ha ubicado el detalle, cantidad requerida, valor unitario e inversión total.

Tabla 32-4: Requerimientos para el servicio de gimnasio

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipos			
Caminadora	1	\$ 650,00	\$ 1.600,00
Bicicleta estática	1	\$ 500,00	\$ 300,00
Máquina de poleas	1	\$ 600,00	\$ 550,00
Banco de abdominales	1	\$ 160,00	\$ 550,00
Bicicleta	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Muebles y enseres			
Casilleros x6	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Materia prima, materiales e insumos			
Materiales		\$ 240,80	\$ 240,80
Total general			\$ 3.620,80


Realizado por: Escudero, J., 2023

- Estándares mínimos de calidad
- Espacio suficiente para circulación.
- Desinfección diaria.
- Mantenimiento de maquinaria y materiales mensualmente.
- Bebidas o snacks de cortesía.
- Insonorización de las instalaciones.

4.2.4.4. Tienda de artesanías

La tienda de artesanías se ubicará en la primera planta alta junto al ascensor.

Tabla 33-4: Diseño técnico de la tienda de artesanías

Construcción: Tienda de artesanías	Ficha: 10
Función: Exhibición y venta de artesanías representativas de la provincia elaboradas de diferentes materiales.	
Descripción: contará con un acceso, iluminación natural y artificial, cuadros de artesanos locales y un espacio destinado para el taller demostrativo de elaboración de artesanías.	
Diseño de la construcción	
	
Ilustración 20-4: Tienda de artesanías	
Realizado por: Pimentel, F., 2023	
Mantenimiento: Limpieza y desinfección todos los días, evaluación de estructura e instalaciones una vez al mes.	
Observaciones: Estará disponible de 8h00 a 20h00. Además, en la página oficial se contará con una pestaña específica para la tienda online.	

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Requerimientos

Los requerimientos para la tienda de artesanías están determinados en función de la demanda objetivo proyectada para este servicio, se ha ubicado el detalle, cantidad requerida, valor unitario e inversión total.

Tabla 34-4: Requerimientos para la tienda de artesanías

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Muebles y enseres			
Estantes	3	\$ 60,00	\$ 180,00
Cuadros	5	\$ 20,00	\$ 100,00
Materia prima, materiales e insumos			
Artesanías	160	\$ 3,00	\$ 480,00
Total general			\$ 760,00

Realizado por: Escudero, J., 2023


- Estándares mínimos de calidad
 - Espacio suficiente para circulación.
 - Desinfección diaria.
 - Control de calidad de cada producto a la venta.

4.2.4.5. Área de lavandería

La lavandería se ubicará en la tercera planta alta junto al ascensor.

Tabla 35-4: Diseño técnico de la lavandería

Construcción: Lavandería	Ficha: 11
Función: Lavado de menaje del hotel, restaurante y lounge bar.	
Descripción: contará con un acceso, iluminación natural y artificial, además, con máquinas industriales.	

Diseño de la construcción	
	
Ilustración 21-4: Lavandería Realizado por: Pimentel, F., 2023	
Mantenimiento: Limpieza y desinfección todos los días, evaluación de estructura e instalaciones una vez al mes	
Observaciones: Estará disponible las 24h	

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Requerimientos

Los requerimientos para el servicio lavandería están determinados en función de la demanda objetivo proyectada para este servicio, se ha ubicado el detalle, cantidad requerida, valor unitario e inversión total.

Tabla 36-4: Requerimientos para el servicio de lavandería

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipos			
Lavadora industrial	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Secadora industrial	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Plancha industrial	1	\$ 115,00	\$ 115,00
Muebles y ensures			
Estantes	2	\$ 60,00	\$ 80,00
Mesa	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Materia prima, materiales e insumos			
Insumos		\$ 81,50	\$ 81,50
Total general			\$ 1.576,50

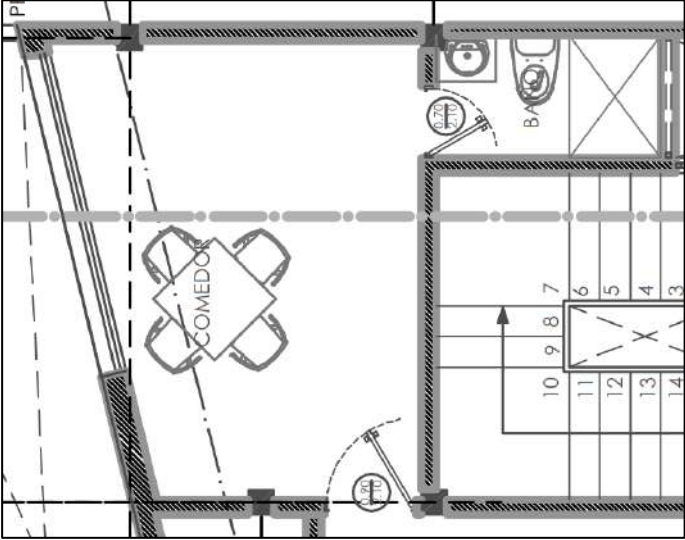
Realizado por: Escudero, J., 2023

- Estándares mínimos de calidad
- Espacio suficiente para circulación.
- Desinfección diaria.
- Insonorización de las instalaciones.
- Puerta con cerradura especializada para el acceso de personal autorizado.
- Equipo de protección para el personal encargado de la lavandería.
- Estantes clasificados para colocar los insumos y menaje.
- Señalética y rotulación para insumos y menaje.

4.2.4.6. Área de comedor para colaboradores

El comedor se ubicará en la planta terraza.

Tabla 37-4: Diseño técnico del comedor para colaboradores

Construcción: Comedor para colaboradores	Ficha: 12
Función: Espacio para descanso y alimentación exclusivo de colaboradores.	
Descripción: contará con un acceso, iluminación natural y artificial, además, un baño.	
Diseño de la construcción	
	
Ilustración 22-4: Comedor para colaboradores	
Realizado por: Pimentel, F., 2023	
Mantenimiento: Limpieza y desinfección todos los días, evaluación de estructura e instalaciones una vez al mes.	
Observaciones: Estará disponible las 24h.	

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Requerimientos

Los requerimientos del comedor para colaboradores están determinados en función de la demanda objetivo proyectada para este servicio, se ha ubicado el detalle, cantidad requerida, valor unitario e inversión total.

Tabla 38-4: Requerimientos del comedor para colaboradores

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipos			
Microondas	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Muebles y enseres			
Sillas	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Mesa	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Total general			\$ 240,00

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Estándares mínimos de calidad
 - Espacio suficiente para circulación.
 - Desinfección diaria.

4.2.4.7. Bodegas

Se ubicarán tres bodegas, una en la segunda planta alta, otra en la tercera planta alta y una última en la planta terraza.

Tabla 39-4: Diseño técnico de las bodegas

Construcción: Bodegas	Ficha: 13
Función: Almacenamiento de herramientas, materiales e insumos que se emplearán en cada área.	
Descripción: Contará con un acceso y dos estantes en cada bodega.	

Diseño de la construcción

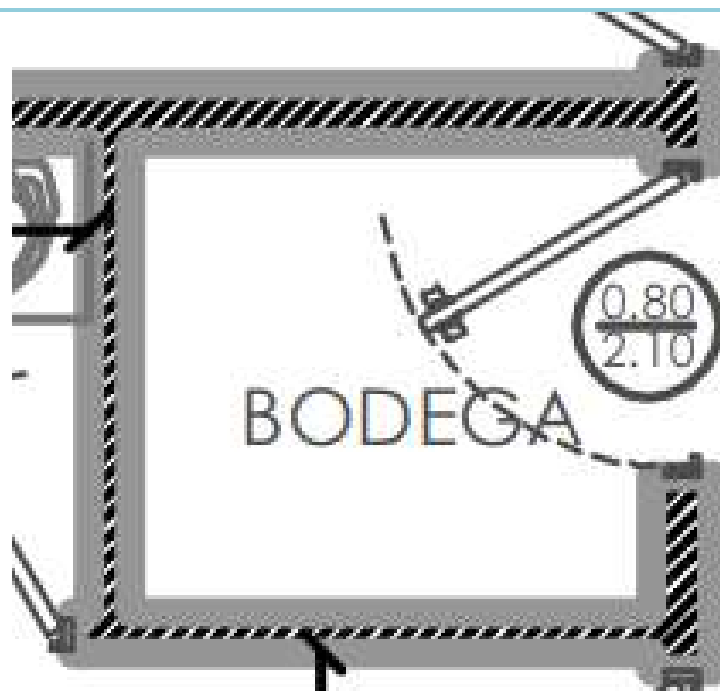


Ilustración 23-4: Bodega segunda planta alta

Realizado por: Pimentel, F., 2023

Mantenimiento: Limpieza y desinfección todos los días, evaluación de estructura e instalaciones una vez al mes.

Observaciones: Solo el personal del hotel estará autorizado a ingresar a las bodegas.

Realizado por: Escudero, J., 2023

Tabla 40-4: Requerimientos de las bodegas

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Muebles y enseres			
Estantes	6	\$ 60,00	\$ 360,00
Total general			\$ 360,00

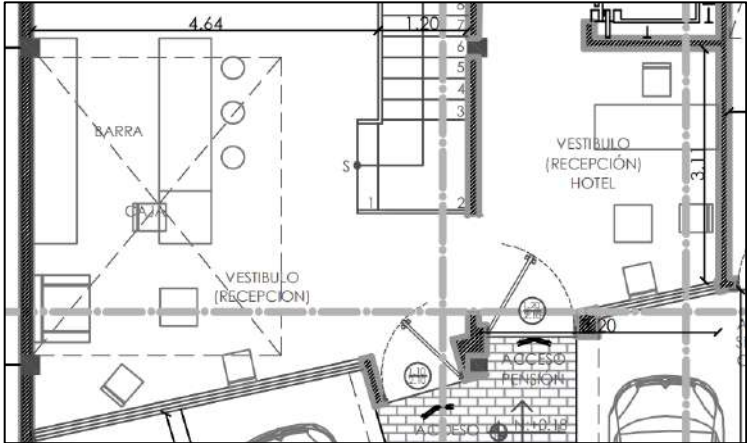
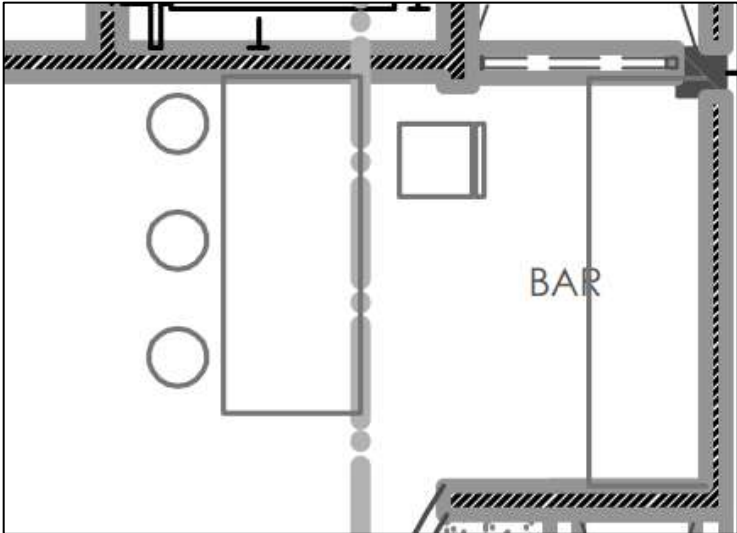
Realizado por: Escudero, J., 2023

- Estándares mínimos de calidad
- Espacio suficiente para circulación.
- Desinfección diaria.

4.2.4.8. Recepción para los servicios de: alojamiento, alimentos y bebidas y lounge bar

El establecimiento contará con un mostrador por cada servicio para mayor comodidad del cliente.

Tabla 41-4: Diseño técnico de las recepciones para los servicios

Construcción: Recepción para los servicios de: alojamiento, alimentos y bebidas y lounge bar	Ficha: 14
Función: Llevar el control de los ingresos y egresos económicos del hotel.	
Descripción: Cada recepción contará con sus propios equipos, mueble e insumos.	
Diseño de la construcción	
	
Ilustración 24-4: Recepción servicios de: alojamiento y alimentos y bebidas.	
Realizado por: Pimentel, F., 2023	
	
Ilustración 25-4: Mostrador en el lounge bar.	
Realizado por: Pimentel, F., 2023	
Mantenimiento: Limpieza y desinfección todos los días, evaluación de estructura, instalaciones y equipos una vez al mes.	
Observaciones: A pesar de la existencia de las tres recepciones desde el inicio del funcionamiento del hotel, estas tendrán a un encargado distinto a partir de que con el tiempo sea necesario.	

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Requerimientos

Los requerimientos para las recepciones están determinados en función de la demanda objetivo proyectada para este servicio, se ha ubicado el detalle, cantidad requerida, valor unitario e inversión total.

Tabla 42-4: Requerimientos de las recepciones para los servicios

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Equipo de cómputo			
Computadora	3	\$ 300,00	\$ 900,00
Impresora	3	\$ 250,00	\$ 750,00
Audífonos y micrófono	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Maquinaria y equipo			
Caja registradora	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Teléfono	3	\$ 25,00	\$ 75,00
Tablet	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Equipo de sonido	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Terminal electrónica POS	3	\$ 130,00	\$ 390,00
Calculadora	3	\$ 10,00	\$ 30,00
Muebles y enseres			
Barra	3	\$ 200,00	\$ 600,00
Silla giratoria	3	\$ 80,00	\$ 240,00
Archivador	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Cajonera	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Juego de muebles	2	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00
Estantería	2	\$ 95,00	\$ 190,00
Total general			\$ 6.050,00

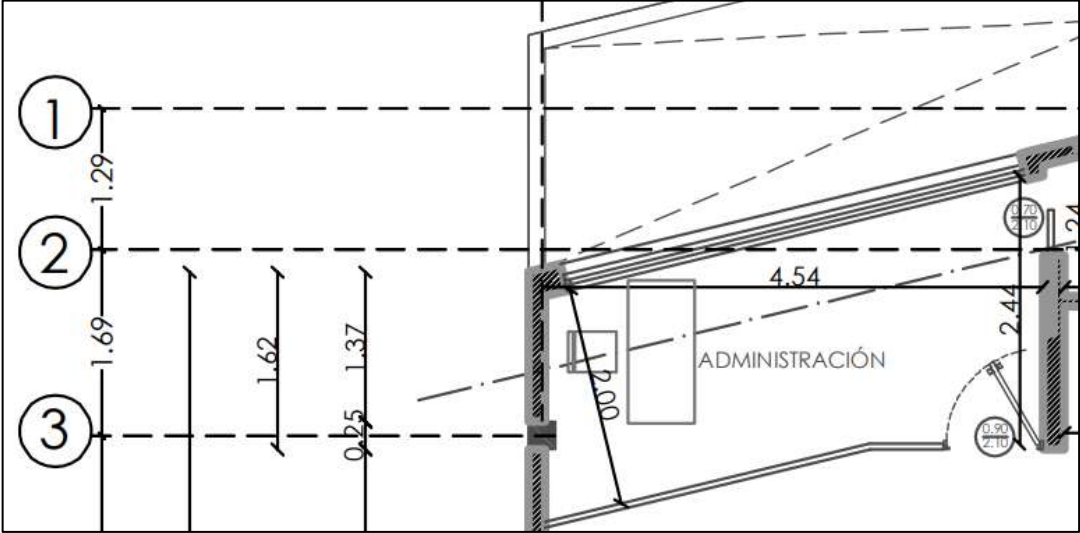
Realizado por: Escudero, J., 2023

- Estándares mínimos de calidad
 - Espacio suficiente para circulación.
 - Desinfección diaria.
 - Excelente presencia del personal.
 - Amabilidad y cortesía en la atención al cliente.
 - Eficiencia y respuesta oportuna en el servicio solicitado.

4.2.4.9. Oficina de administración

La oficina de administración se ubicará en la primera planta alta.

Tabla 43-4: Diseño técnico de la oficina de administración

Construcción: Oficina de administración	Ficha: 15
Función: Control y administración de todas las áreas del hotel.	
Descripción: contará con un acceso, iluminación natural y artificial.	
Diseño de la construcción	
 <p>The technical drawing shows a floor plan of an office. On the left, three vertical grid lines are labeled 1, 2, and 3. Horizontal dimensions between these lines are: 1.29 between lines 1 and 2, and 1.69 between lines 2 and 3. Vertical dimensions are: 1.62 between lines 1 and 2, and 1.37 between lines 2 and 3. A horizontal dimension of 4.54 is shown from the right wall to the center of the 'ADMINISTRACIÓN' room. A vertical dimension of 2.44 is shown from the bottom wall to the top of the 'ADMINISTRACIÓN' room. A door is shown on the right wall with a width of 0.90 and a height of 2.10. A window is shown on the top wall with a width of 0.25. The room is labeled 'ADMINISTRACIÓN'.</p>	
Ilustración 26-4: Oficina de administración	
Realizado por: Pimentel, F., 2023	
Mantenimiento: Limpieza y desinfección todos los días, evaluación de estructura e instalaciones una vez al mes.	
Observaciones: Estará disponible de 8h00 a 20h00.	

Realizado por: Escudero, J., 2023

- **Requerimientos**

Los requerimientos para la oficina de administración están determinados en función de la demanda objetivo proyectada para este servicio, se ha ubicado el detalle, cantidad requerida, valor unitario e inversión total.

Tabla 44-4: Requerimientos de la oficina de administración

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Equipo de cómputo			
Computadora	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Muebles y enseres			
Escritorio	1	\$ 150,00	\$ 80,00
Silla de oficina	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Silla	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Archivador	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Materia prima, materiales e insumos			
Insumos		\$ 11,50	\$ 11,50
Total general			\$ 881,50

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Estándares mínimos de calidad
- Espacio suficiente para circulación.
- Desinfección diaria.

4.2.4.10. Lounge bar

El lounge bar se ubicará en la planta terraza.

Tabla 45-4: Diseño técnico del lounge bar

Construcción: Lounge bar	Ficha: 16
Función: Área destinada para disfrutar junto con amigos y familia de una copa o comida acompañados de música.	
Descripción: contará con áreas verdes naturales y artificiales; baños, una barra y decoración con luces.	
Capacidad: 52 personas	

Diseño de la construcción

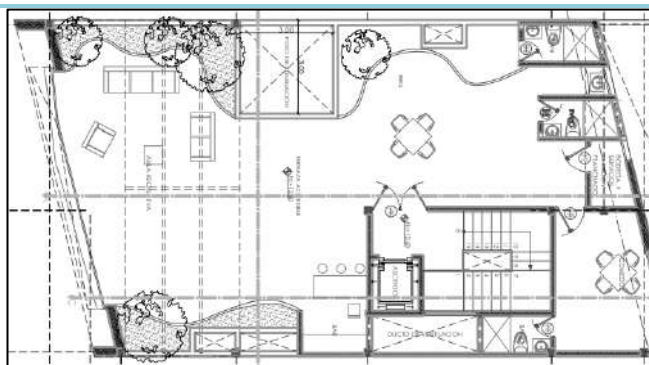


Ilustración 27-4: Lounge bar

Realizado por: Pimentel, F., 2023

Mantenimiento: Limpieza y desinfección todos los días, evaluación de estructura e instalaciones una vez al mes.

Observaciones: Estará disponible de 17h00 a 23h00.

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Requerimientos

Los requerimientos para el lounge bar están determinados en función de la demanda objetivo proyectada para este servicio, se ha ubicado el detalle, cantidad requerida, valor unitario e inversión total.

Tabla 46-4: Requerimientos para el lounge bar

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipos			
Máquina de hielo	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Cafetera profesional	1	\$ 520,00	\$ 520,00
Exprimidor	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Frigorífico	1	\$ 550,00	\$ 550,00
Licuada profesional	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Muebles y enseres			
Sillas	52	\$ 12,00	\$ 624,00
Mesas	13	\$ 40,00	\$ 520,00
Materia prima, materiales e insumos			
Menaje		\$ 717,00	\$ 717,00
Insumos		\$ 128,50	\$ 128,50
Materia prima		\$ 4.845,00	\$ 4.845,00
Total general			\$ 8.324,00

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Estándares mínimos de calidad
 - Espacio suficiente para circulación.
 - Desinfección diaria.
 - Tachos para basura clasificados.
 - Instalaciones con ventilación mecánica o natural.
 - Baños con agua caliente.
 - Salida de emergencia.
 - Espacio suficiente entre mesas para la movilidad de comensales y meseros.
 - Accesos adecuados para personas con discapacidad.
 - Menú físico, digital y en sistema braille; en español e inglés.
 - Profesionales calificados para la atención al cliente.
 - Personal uniformado.
 - Protocolos de bienvenida y despedida de clientes.
 - Acompañamiento de clientes hacia las distintas instalaciones.

4.2.5. Diseño de experiencias

Las experiencias que se realicen en el establecimiento es un atractivo adicional o complementario a la oferta, para lograr captar el interés del potencial nicho de mercado y con ello, propiciar el disfrute, entretenimiento, relajación y generar una experiencia en su estadía.

Se distinguen dos grupos de experiencias, dentro del establecimiento: preparar un platillo típico de la provincia de Chimborazo con el chef y elaborar una artesanía de totora junto a un artesano de la localidad; y fuera del establecimiento: participar de un taller demostrativo sobre la elaboración de las cholas de Guano y de las alfombras.

4.2.5.1. Experiencia gastronómica

Se plantea una experiencia sensorial que consiste en preparar un platillo típico de la provincia de Chimborazo con el chef, por lo que, se planificará mensualmente y conforme a la época del año los platos típicos.

Tabla 47-4: Experiencia gastronómica

Experiencia:	Cocina con el chef			
Tipo:	Gastronómico			
Precio:	\$ 19,50 por pax			
Materiales/recursos:	Utensilios, materia prima, mesa, silla, gorro y filipina			
Descripción de la experiencia:				
Se organizará en grupos de máximo cuatro personas. Consistirá en la explicación de la historia de la tradición de dicho platillo y la preparación como tal del mismo, al final la degustación y entrega de una fotografía impresa y digital. A cada uno se les entregará la indumentaria, materiales e insumos adecuados.				
Instalaciones:	Patio exterior de la planta baja			
Presupuesto:				
	Detalle	Cantidad	Precio unitario	Inversión total
	Gorros	4	\$ 2,50	\$ 10,00
	Filipinas	4	\$ 8,00	\$ 32,00
	Fotografías	4	\$ 0,75	\$ 3,00
	Materia prima	4	\$ 5,00	\$ 20,00
	Total general			\$ 65,00

Realizado por: Escudero, J., 2023

4.2.5.2. Experiencias culturales – educativas

La experiencia permite elaborar una artesanía de totora junto a un artesano de la localidad, para esto, se tendrá un álbum fotográfico de todas las artesanías que se pueden hacer para que quede a elección del huésped escoger una de ellas; con esto lo que se pretende es salvaguardar la tradición del uso de este elemento natural y motivar a la creatividad e imaginación del cliente.

Tabla 48-4: Experiencia cultural – educativa 1

Experiencia:	Manos mágicas
Tipo:	Cultural - educativo
Precio:	\$ 10,25 por pax
Materiales/recursos:	Materia prima, mesa y silla
Descripción de la experiencia:	
En la tienda de artesanías del hotel se exhibirá objetos, artículos y artesanías elaboradas con manos Chimboracenses, entonces, en el taller se aprenderá específicamente el proceso para la obtención de la materia prima para elaborar artesanías con totora y a la vez, se tendrá la experiencia de manufacturar una.	

Se organizará en grupos de máximo cuatro personas. Consistirá en la explicación del proceso para obtener la totora con la ayuda de una galería fotográfica y la elaboración de una, al final la entrega de la artesanía y de una fotografía impresa y digital. A cada uno se les entregará materiales e insumos necesarios.			
Instalaciones:	Tienda de artesanías		
Presupuesto:			
Detalle	Cantidad	Precio unitario	Inversión total
Fotografías	4	\$ 0,75	\$ 3,00
Artesano	1	\$ 10,00	\$10,00
Materia prima	4	\$ 2,00	\$ 8,00
Total general			\$ 21,00

Realizado por: Escudero, J., 2023

Para las experiencias fuera del establecimiento se realizará previamente la negociación con artesanos guaneños.

Tabla 49-4: Experiencia cultural – educativa 2

Experiencia:	Visita a local de venta de cholas en Guano		
Tipo:	Cultural - educativo		
Precio:	\$ 12,00 por pax		
Materiales/recursos:	Artesano		
Descripción de la experiencia:			
Se organizará en grupos de máximo seis personas. Consistirá en la explicación de la historia de la tradición preparación de la chola y su forma de preparación, al final la degustación y entrega de una fotografía impresa y digital.			
Instalaciones:	Local de venta de cholas en Guano		
Presupuesto:			
Detalle	Cantidad	Precio unitario	Inversión total
Fotografías	4	\$ 0,75	\$ 3,00
Entrada al local	4	\$ 2,00	\$ 8,00
Transporte	4	\$ 3,50	\$ 14,00
Total general			\$ 25,00

Realizado por: Escudero, J., 2023

Tabla 50-4: Experiencia cultural – educativa 3

Experiencia:	Demostración de la elaboración de alfombras en Guano			
Tipo:	Cultural - educativo			
Precio:	\$ 12,00 por pax			
Materiales/recursos:	Artesano			
Descripción de la experiencia:				
Se organizará en grupos de máximo seis personas. Consistirá en la explicación de la historia de la tradición preparación de la alfombra y su forma de tejido, al final la degustación y entrega de una fotografía impresa y digital.				
Instalaciones:	Local de venta de alfombras en Guano			
Presupuesto:				
	Detalle	Cantidad	Precio unitario	Inversión total
	Fotografías	4	\$ 0,75	\$ 3,00
	Entrada al local	4	\$ 2,00	\$ 8,00
	Transporte	4	\$ 3,50	\$ 14,00
	Total general			\$ 25,00

Realizado por: Escudero, J., 2023

4.2.6. *Empaquetamiento de servicios*

Para la comercialización de los servicios del hotel se han diseñado paquetes turísticos que incluyen la ocupación de todas las instalaciones del establecimiento combinados con la realización de experiencias complementarias con oferta para todos los días de la semana.

Se propone cuatro paquetes diferenciados, para: familias, amigos, parejas y corporativos.

Tabla 51-4: Paquete escape mágico (familiar)

Nombre del paquete:	Escape mágico
Duración:	6 horas
Carácter:	Entretenimiento y relajación
Experiencias:	Cocina con el chef
	Manos mágicas
	Visita al local de venta de cholas en Guano
	Demostración de la elaboración de alfombras en Guano
Precio:	\$ 87,00
Incluye:	Coctel de bienvenida. Souvenir personalizado con el nombre del huésped. Desayuno <i>buffet</i> . Uso de gimnasio y bicicleta.
No incluye:	Servicios y productos adicionales requeridos por el cliente

Realizado por: Escudero, J., 2023

Tabla 52-4: Costos del paquete escape mágico

Paquete:	Escape mágico		Rango de pax			
Detalle de costos	Cantidad	Precio	2	4	8	10
Costos generales						
Uso de gimnasio y bicicleta	1	\$ 2,88	\$ 2,88	\$ 2,88	\$ 2,88	\$ 2,88
Total costos generales			\$ 2,88	\$ 2,88	\$ 2,88	\$ 2,88
Costos individuales						
Cocina con el chef	1	\$ 12,10	\$12,10	\$12,10	\$12,10	\$12,10
Manos mágicas	1	\$ 6,30	\$ 6,30	\$ 6,30	\$ 6,30	\$ 6,30
Visita al local de venta de cholos en Guano	1	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50
Demostración de la elaboración de alfombras de Guano	1	\$ 7,50	\$7,50	\$7,50	\$7,50	\$7,50
Coctel de bienvenida	1	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00
Souvenir	1	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25
Desayuno <i>buffet</i>	1	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00
Total costos individuales			\$ 41,65	\$ 41,65	\$ 41,65	\$ 41,65
Costo por pax			\$ 43,09	\$ 42,37	\$ 42,01	\$ 41,94
Gastos						
Gastos administrativos	10%		\$ 4,31	\$ 4,24	\$ 4,20	\$ 4,19
Gastos de depreciación	5%		\$ 2,15	\$ 2,12	\$ 2,10	\$ 2,10
Gasto de ventas	5%		\$ 2,15	\$ 2,12	\$ 2,10	\$ 2,10
Total de gastos			\$ 8,62	\$ 8,47	\$ 8,40	\$ 8,39
Total costos y gastos			\$ 51,71	\$ 50,84	\$ 50,41	\$ 50,33
Utilidad	30%		\$ 73,87	\$ 72,63	\$ 72,02	\$ 71,89
Impuestos IVA	12%		\$ 8,86	\$ 8,72	\$ 8,64	\$ 8,63
PRECIO DE VENTA			\$ 82,73	\$ 81,35	\$ 80,66	\$ 80,52
			\$ 87,00	\$ 86,00	\$ 84,00	\$ 82,00

Realizado por: Escudero, J., 2023

Tabla 53-4: Paquete entre magia y primicias (amigos)

Nombre del paquete:	Entre magia y primicias
Duración:	4 horas y 30 minutos
Carácter:	Entretenimiento, relajación y diversión
Experiencias:	Manos mágicas Visita al local de venta de cholas en Guano
Precio:	\$ 55,00
Incluye:	Coctel de bienvenida. Souvenir personalizado con el nombre del huésped Desayuno <i>buffet</i> . Fotografía. Karaoke. Uso de gimnasio y bicicleta.
No incluye:	Servicios y productos adicionales requeridos por el cliente.

Realizado por: Escudero, J., 2023

Tabla 54-4: Costos del paquete entre magia y primicias

Paquete:	Entre magia y primicias		Rango de pax			
Detalle de costos	Cantidad	Precio	2	4	8	10
Costos generales						
Uso de gimnasio y bicicleta	1	\$ 2,88	\$ 2,88	\$ 2,88	\$ 2,88	\$ 2,88
Karaoke	1	\$ 1,17	\$ 1,17	\$ 1,17	\$ 1,17	\$ 1,17
Total costos generales			\$ 4,05	\$ 4,05	\$ 4,05	\$ 4,05
Costos individuales						
Manos mágicas	1	\$ 6,30	\$ 6,30	\$ 6,30	\$ 6,30	\$ 6,30
Visita al local de venta de cholas en Guano	1	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50
Fotografía	1	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Coctel de bienvenida	1	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00
Souvenir	1	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25
Desayuno <i>buffet</i>	1	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00
Total costos individuales			\$ 24,05	\$ 24,05	\$ 24,05	\$ 24,05
Costo por pax			\$ 26,07	\$ 25,06	\$ 24,56	\$ 24,45
Gastos						
Gastos administrativos	10%		\$ 2,61	\$ 2,51	\$ 2,46	\$ 2,45
Gastos de depreciación	5%		\$ 1,30	\$ 1,25	\$ 1,23	\$ 1,22
Gasto de ventas	5%		\$ 1,30	\$ 1,25	\$ 1,23	\$ 1,22
Total de gastos			\$ 8,62	\$ 5,21	\$ 5,01	\$ 4,91
Total costos y gastos			\$ 51,71	\$ 31,29	\$ 30,07	\$ 29,47
Utilidad	30%		\$ 44,70	\$ 42,96	\$ 42,10	\$ 41,92
Impuestos IVA	12%		\$ 5,36	\$ 5,16	\$ 5,05	\$ 5,03
PRECIO DE VENTA			\$ 50,06	\$ 48,12	\$ 47,15	\$ 46,95
			\$ 55,00	\$ 52,00	\$ 50,00	\$ 48,00

Realizado por: Escudero, J., 2023

Tabla 55-4: Paquete romance y tradición (parejas)

Nombre del paquete:	Romance y tradición
Duración:	7 horas
Carácter:	Entretención y relajación
Experiencias:	Cocina con el chef Manos mágicas Visita al local de venta de cholas en Guano Demostración de la elaboración de alfombras en Guano
Precio:	\$ 126,00
Incluye:	Coctel de bienvenida. Souvenir personalizado con el nombre del huésped. Desayuno <i>buffet</i> . Almuerzo romántico. Uso de gimnasio y bicicleta.
No incluye:	Servicios y productos adicionales requeridos por el cliente

Realizado por: Escudero, J., 2023

Tabla 56-4: Costos del paquete romance y tradición

Paquete:	Romance y tradición		Rango de pax			
Detalle de costos	Cantidad	Precio	2	4	8	10
Costos generales						
Uso de gimnasio y bicicleta	1	\$ 2,88	\$ 2,88	\$ 2,88	\$ 2,88	\$ 2,88
Total costos generales			\$ 2,88	\$ 2,88	\$ 2,88	\$ 2,88
Costos individuales						
Cocina con el chef	1	\$ 12,10	\$12,10	\$12,10	\$12,10	\$12,10
Manos mágicas	1	\$ 6,30	\$ 6,30	\$ 6,30	\$ 6,30	\$ 6,30
Visita al local de venta de cholas en Guano	1	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50
Demostración de la elaboración de alfombras de Guano	1	\$ 7,50	\$7,50	\$7,50	\$7,50	\$7,50
Coctel de bienvenida	1	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00
Souvenir	1	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25
Desayuno <i>buffet</i>	1	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00
Almuerzo romántico	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
Total costos individuales			\$ 61,65	\$ 61,65	\$ 61,65	\$ 61,65
Costo por pax			\$ 63,08	\$ 62,36	\$ 62,00	\$ 61,93
Gastos						
Gastos administrativos	10%		\$ 6,31	\$ 6,24	\$ 6,20	\$ 6,19
Gastos de depreciación	5%		\$ 3,15	\$ 3,12	\$ 3,10	\$ 3,10
Gasto de ventas	5%		\$ 3,15	\$ 3,12	\$ 3,10	\$ 3,10
Total de gastos			\$ 8,62	\$ 12,62	\$ 12,47	\$ 12,40
Total costos y gastos			\$ 51,71	\$ 75,70	\$ 74,84	\$ 74,41
Utilidad	30%		\$ 108,14	\$ 106,91	\$ 106,29	\$ 106,17
Impuestos IVA	12%		\$ 12,98	\$ 12,83	\$ 12,76	\$ 12,74
PRECIO DE VENTA			\$ 121,12	\$ 119,74	\$ 119,05	\$ 118,91
			\$ 126,00	\$ 124,00	\$ 122,00	\$ 120,00

Realizado por: Escudero, J., 2023

Tabla 57-4: Paquete ciudad *express* (individual)

Nombre del paquete:	Ciudad <i>express</i> (individual)
Duración:	4 horas
Carácter:	Entretenimiento y relajación
Experiencias:	Manos mágicas
Precio:	\$ 43,00
Incluye:	Coctel de bienvenida. Souvenir personalizado con el nombre del huésped. Desayuno <i>buffet</i> . Uso de bicicleta. Uso de gimnasio. <i>Show bartender</i> .
No incluye:	Servicios y productos adicionales requeridos por el cliente.

Realizado por: Escudero, J., 2023

Tabla 58-4: Costos del paquete ciudad *express*

Paquete:	Ciudad <i>express</i>		Rango de pax			
Detalle de costos	Cantidad	Precio	2	4	8	10
Costos generales						
Uso de gimnasio y bicicleta	1	\$ 2,88	\$ 2,88	\$ 2,88	\$ 2,88	\$ 2,88
Karaoke	1	\$ 1,17	\$ 1,17	\$ 1,17	\$ 1,17	\$ 1,17
<i>Show bartender</i>	1	\$ 1,41	\$ 1,41	\$ 1,41	\$ 1,41	\$ 1,41
Total costos generales			\$ 5,46	\$ 5,46	\$ 5,46	\$ 5,46
Costos individuales						
Manos mágicas	1	\$ 6,30	\$ 6,30	\$ 6,30	\$ 6,30	\$ 6,30
Coctel de bienvenida	1	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00
Souvenir	1	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25
Desayuno <i>buffet</i>	1	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00
Total costos individuales			\$ 14,55	\$ 14,55	\$ 14,55	\$ 14,55
Costo por pax			\$ 20,01	\$ 17,28	\$ 16,37	\$ 15,92
Gastos						
Gastos administrativos	10%		\$ 2,00	\$ 1,73	\$ 1,64	\$ 1,59
Gastos de depreciación	5%		\$ 1,00	\$ 0,86	\$ 0,82	\$ 0,80
Gasto de ventas	5%		\$ 1,00	\$ 0,86	\$ 0,82	\$ 0,80
Total de gastos			\$ 4,00	\$ 3,46	\$ 3,27	\$ 3,18
Total costos y gastos			\$ 24,01	\$ 20,74	\$ 19,64	\$ 19,10
Utilidad	30%		\$ 34,30	\$ 29,62	\$ 28,06	\$ 27,28
Impuestos IVA	12%		\$ 4,12	\$ 3,55	\$ 3,37	\$ 3,27
PRECIO DE VENTA			\$ 38,42	\$ 33,18	\$ 31,43	\$ 30,56
			\$ 43,00	\$ 38,00	\$ 36,00	\$ 35,00

Realizado por: Escudero, J., 2023

4.3. Estrategias de comercialización

Las estrategias de comercialización se establecen para posicionar al hotel en el mercado, por consiguiente, obtener una afluencia constante de clientes, incrementar ventas, y lograr una participación perdurable en el mercado turístico, para ello, se plantean las siguientes estrategias fundamentadas en las características de las 4C's del *marketing*.

Tabla 59-4: Canales de comercialización

Tipo	Canales	Funcionalidad	Target
Directo	Venta directa mediante la página web, WhatsApp, vía telefónica, Facebook o en el mismo establecimiento, participación en ferias locales y nacionales.	Acceso a información y venta de los servicios del hotel.	Demanda local Turistas nacionales
Indirecto	Tripadvisor, Booking, Airbnb, GoRaymi, Riobamba Turismo, operadoras turísticas y agencias de viajes.	Difundir el hotel en plataformas digitales más visitadas a nivel mundial y nacional para expandir la cartera de clientes. Negociación con operadoras y agencias de viajes para incorporar al establecimiento en su oferta.	Demanda local Turistas nacionales y extranjeros

Realizado por: Escudero, J., 2023

4.3.1. Estrategias dirigidas al cliente o consumidor

Estas acciones estructuradas y planeadas para llegar de forma efectiva a los clientes se enfocan en entender y traducir sus necesidades y deseos con el propósito de satisfacerlos, consiguiendo fidelizarlos con la empresa, por eso, se formulan las siguientes estrategias:

Tabla 60-4: Estrategias dirigidas al cliente o consumidor

Ámbito	Estrategia
Gestión	CRM en línea para realizar un registro de los clientes para conocerlos detalladamente y darles seguimiento para ofrecerles una atención personalizada.
Medición de satisfacción post venta	Efectuar encuestas de satisfacción online para recopilar información sobre la experiencia de la demanda.
Fidelización	<ul style="list-style-type: none">- Llevar a cabo un plan de fidelización con membresías exclusivas, tarjetas de beneficios, programas de acumulación de puntos.- Programas incentivos periódicamente como: descuentos en un nuevo producto o servicio, sorteos, términos, y condiciones especiales, entre otros.
Atención al cliente	<ul style="list-style-type: none">- Llevar a la práctica la rápida atención y disponibilidad 24/7.- Atender todos los comentarios de cada publicación en las redes sociales.- Brindar información turística sobre la provincia y el país, motivando además al cuidado ambiental y salvaguarda del patrimonio.
Ambientación	<ul style="list-style-type: none">- Decorar el establecimiento según la época del año.
Marketing	<ul style="list-style-type: none">- Generar contenido digital y elaborar un cronograma de publicaciones para las redes sociales.- Promocionar al establecimiento en redes sociales y con vallas publicitarias.

Realizado por: Escudero, J., 2023

4.3.2. Estrategias de comunicación

Para mantener una relación efectiva con el consumidor se utilizará diferentes medios de comunicación para tener un alcance con el mayor número de personas, por lo que, para comenzar se ha esbozado la imagen oficial del Hotel San Rafael que tiene un diseño sencillo donde se destaca el nombre del establecimiento y de esta manera sea fácil de recordar y distinguir en el mercado.



Ilustración 28-4: Imagen oficial del establecimiento

Realizado por: Escudero, J., 2023

Elementos:

- **Siglas SR:** representa el nombre del establecimiento
- **Cuadrado:** hace referencia al hotel

Colores:

- **Negro:** representa lujo, elegancia, sobriedad, exclusividad, sofisticación y confianza

Ahora se expone los sitios de difusión de la marca del hotel.

Tabla 61-4: Medios de difusión de la marca

Medio	Descripción	Funcionalidad	Target
Internet	Página web oficial	Página web fácil de usar e interactiva, donde reposen videos, fotografías y comentarios o videos de la experiencia de los consumidores. También, se incluirá información sobre los servicios y precios con opción para reservar de forma rápida. Se destinará una pestaña para promocionar los atractivos turísticos de la provincia y el país y, por último, se adjuntará el enlace directo a redes sociales, contacto y ubicación.	Turistas locales, nacionales y extranjeros en su mayoría jóvenes y adultos con tendencia a la utilización de redes sociales y páginas de internet.

Medio	Descripción	Funcionalidad	Target
	Página comercial en Facebook	Se publicará toda la información, fotografías y videos sobre el hotel, periódicamente se realizará una publicidad pagada segmentando los clientes dependiendo de lo que se esté ofertando, será un medio para atender todos los comentarios e interactuar con el cliente.	
	<i>WhatsApp business</i>	Esta aplicación es muy práctica para un contacto rápido, aquí se automatizará mensajes para garantizar la atención oportuna, se añadirá las fotografías de los servicios con precios y los links de las redes sociales.	
	Instagram	Esta red social servirá para adjuntar en su mayoría videos y fotografías con información puntual tanto de los servicios como de los espacios del hotel y su decoración, estarán disponibles los enlaces a las demás redes sociales	
	Tik tok	Muy útil para crear videos creativos y cortos sobre las instalaciones del hotel, los servicios y con la participación del personal.	
	Redes sociales de <i>influencers</i>	Llegar a potenciales clientes mediante menciones y publicaciones en las cuentas de <i>influencers</i> más importantes a nivel nacional.	
Visual	Vallas publicitarias	Vallas con toda la información del hotel que se ubicarán en la entrada y salida hacia Quito, Guayaquil y Cuenca, y otras más pequeñas en el centro de Riobamba, Guano y en la vía a Guano cerca al hotel.	Turistas locales y nacionales de toda edad con tendencia a realizar viajes por rutas terrestres y usar medios de comunicación convencionales.

Medio	Descripción	Funcionalidad	Target
Souvenir	Esferos	Se imprimirá la imagen del hotel en esferos y llaveros para ser entregados a los clientes.	Turistas que consumen los servicios del hotel.
	Llaveros		

Realizado por: Escudero, J., 2023

Tabla 62-4: Gastos de promoción y publicidad

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Promoción y publicidad			
Página web	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Página de Facebook	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Vallas publicitarias	9	\$ 50,00	\$ 450,00
Esferos	100	\$ 0,25	\$ 25,00
Llaveros	100	\$ 0,70	\$ 70,00
Redes sociales de <i>influencers</i>	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Total general			\$ 850,00

Realizado por: Escudero, J., 2023

4.3.3. Estrategias de conveniencia

Para las estrategias de conveniencia se pretende crear lazos comerciales con empresas del mismo ámbito, instituciones públicas afines a la actividad e instituciones de educación superior como:

Tabla 63-4: Estrategias de convivencia

Institución	Estrategias
Hotel El Molino, Empresa Arguello Altamirano Costales CIA. Zeus, Quindeloma Art Hotel and Gallery.	Mantener conversaciones para acordar cooperación con la finalidad de promocionar los establecimientos entre sí y negociar los servicios para beneficio mutuo.
AAVOT y demás agencias de viajes a nivel nacional.	
Ministerio de Turismo	Llevar a cabo gestiones para acceder a cursos, capacitaciones, ferias u otros eventos, también, se Solicitar la inclusión en guías nacionales de alojamiento, promoción y más.
Asociación hotelera de Chimborazo	Realizar la petición para formar parte de la asociación y así gestionar acciones para beneficio del sector de alojamiento turístico a nivel de la provincia.

Institución	Estrategias
ESPOCH Y UNACH	Ejecutar convenios interinstitucionales con el fin de atraer estudiantes que deseen realizar prácticas preprofesionales y trabajos de integración curricular en el hotel para así mantener en continua evaluación y mejora.
<i>Influencers</i>	Efectuar negociaciones con <i>influencers</i> más sobresalientes a nivel nacional para crear contenido y promocionar al hotel en sus redes sociales a través de canjes por servicios.

Realizado por: Escudero, J., 2023

4.3.4. Estrategias de costo

Con respecto al costo se proponen las siguientes estrategias:

Tabla 64-4: Estrategias de costo

Ámbito	Estrategias
Promociones	De forma general para los primeros meses de apertura, fechas festivas, cuando se cree un nuevo producto y de forma específica para grupos, estudiantes o corporativos de instituciones públicas o privadas. Se ofertará del 5% al 10% de descuento en los diferentes servicios.
Días de descuento	Se definirá días específicos en temporada baja y se reducirá el precio entre el 5% y 15%.
Pases de cortesía	Identificar a clientes concurrentes para otorgarles pases de cortesía de consumo en el lounge bar. Además, aquellos que cumplan años el día de la visita al establecimiento serán acreedores a postres o bebidas gratis.
Sorteos	Realizar sorteos de servicios del hotel en redes sociales y dentro del establecimiento en fechas específicas.

Realizado por: Escudero, J., 2023

4.4. Estudios

4.4.1. Estudio legal

4.4.1.1. Requisitos para el funcionamiento

El Hotel San Rafael ubicado en la parroquia Juan de Velasco del cantón Riobamba, fundamenta su creación y funcionamiento como un hotel 3 estrellas, registrado legalmente en el Ministerio de Turismo del Ecuador, representado como persona natural privada y sujeto a los derechos y obligaciones correspondientes a su naturaleza operativa.

- Procedimiento para obtener el certificado de Registro de Turismo por primera vez para Alojamiento Persona Natural.

Tabla 65-4: Requisitos para obtener el certificado de Registro de Turismo por primera vez

REQUISITOS				PROCEDIMIENTO
	Registro Único de Contribuyentes - RUC	Permiso de uso de suelo o su equivalente	Tarifas rack o mostrador	
Requisitos	<p>Documentos personales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cédula de identidad o de ciudadanía o pasaporte. - Certificado de votación o certificado de presentación - Ubicación de matriz y establecimientos. <p>Debe presentar cualquiera de los siguientes documentos.</p> <p>Copias:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facturas de telefonía fija o móvil, pago de Impuesto Predial, televisión por cable o internet. - Contrato o factura de arrendamiento o contrato de comodato. - Estado de cuenta bancaria o tarjeta de crédito. - Patente municipal. - Permiso de bomberos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Copia de escritura. - Certificado de gravamen. - Pago de impuesto predial. - Copia de cédula de identidad. - Planimetría física y en CD. - Oficio dirigido al alcalde. - Pago. 	<p>Completar el formulario</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ingresar a la plataforma SITURIN. - Registrar el usuario en plataforma. SITURIN (El sistema le solicitará su correo electrónico, su número de cédula, su número de RUC). - Recibir correo de notificación con la contraseña para que pueda activar su cuenta y seguir con la solicitud. - Ingresar al sistema con el correo y contraseña que fueron validados al momento de realizar el registro. - Cumplir 3 pasos que le presenta el sistema: <ul style="list-style-type: none"> Paso 1. Información de la Persona Natural. Paso 2. Información del Establecimiento. Paso 3. Información del registro, reclasificación, recategorización, reingreso y/o actualización (En esta sección debe escoger la actividad

REQUISITOS				PROCEDIMIENTO
	Registro Único de Contribuyentes - RUC	Permiso de uso de suelo o su equivalente	Tarifas rack o mostrador	
	<ul style="list-style-type: none"> - Escritura de compra - venta del inmueble o certificado del registrador de la propiedad. <p>Originales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planilla de servicio básico (agua, luz o teléfono). - Certificación de la junta parroquial más cercana al lugar de domicilio. - Carta de cesión de uso gratuito del inmueble. 			<p>turística de alojamiento y la respectiva clasificación y categoría).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Llenar requisitos de acuerdo con la clasificación y categoría seleccionadas. - Enviar solicitud a Ministerio de Turismo mediante la Plataforma SITURIN.
Canal	<ul style="list-style-type: none"> - Automático: SRI en línea (Portal Transaccional). - Presencial: Agencias habilitadas a nivel nacional. 	Presencial: oficinas del GAD-M Riobamba.	Presencial: oficina del Ministerio de Turismo – Coordinación Zonal 6.	Automático: plataforma SITURIN.
Ciclo del contribuyente	<ul style="list-style-type: none"> - Inscripción del RUC - Emisión de comprobantes de venta. - Declaración de impuestos. - Pago de impuestos. - Exigir mis derechos. 			
Costo	No	Sí	No	No

Fuente: MINTUR, 2022c; SRI ,2017

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Procedimiento para la obtención de la LUAF

Tabla 66-4: Requisitos y procedimiento para la obtención de la LUAF

REQUISITOS	PROCEDIMIENTO
Certificado de registro de Turismo.	<ul style="list-style-type: none"> - Oficio dirigido al director de la Dirección de Gestión de Turismo del GAD-M Riobamba. - Presentar los requisitos.
RUC.	
Patente Municipal vigente.	
Certificado de estar al día en las obligaciones con el GAD-M Riobamba.	
Copia de la cédula de identidad y certificado de votación del representante legal del establecimiento.	
Copia del permiso de funcionamiento otorgado por el Cuerpo de Bomberos del año en curso.	
Lista de precios de los servicios ofertados.	
Informe de compatibilidad de usos de suelo (ICUS) emitido por la Dirección General de Gestión de Ordenamiento Territorial del GAD-M Riobamba.	

Fuente: GAD-M Riobamba, 2022

Realizado por: Escudero, J., 2023

4.4.2. *Estudio administrativo*

4.4.2.1. *Misión*

Generar una experiencia inigualable a través de la excelencia en el servicio con instalaciones funcionales, privadas, exclusivas e innovadoras, con un alto compromiso de sostenibilidad y responsabilidad social.

4.4.2.2. *Visión*

Para el año 2027 el Hotel San Rafael se constituye en la mejor opción de hospedaje para los turistas que llegan a los cantones Riobamba y Guano, así como, en la primera alternativa en restaurante y lounge bar para los clientes locales, satisfaciendo sus necesidades con altos estándares de calidad, por medio de: la innovación, valor agregado y procesos de mejora continua.

4.4.2.3. Valores corporativos

- **Innovación:** anticiparse al cambio para estar al día con las tendencias del sector e implementar nuevos servicios, logrando la expansión y desarrollo de nuevos proyectos.
- **Confianza:** establecer con los clientes relaciones de confianza basadas en un servicio comprometido y transparente.
- **Trabajo en equipo:** aunar esfuerzos para alcanzar objetivos comunes.
- **Creatividad:** adaptación a la expectativa de la demanda actual con la creación de nuevos servicios.
- **Calidad:** mantener altos estándares de calidad en todos los procesos de la prestación de servicios.

4.4.2.4. Política de calidad

El Hotel San Rafael está comprometido con garantizar la calidad y la generación de experiencias memorables, enfatizando en la atención personalizada y profesional a los clientes, promoviendo el desarrollo turístico, además, la valoración de la riqueza cultural e histórica del cantón Riobamba y Guano, desde las instalaciones, amenidades, gastronomía y servicios, basados en un Sistema de Gestión de Calidad, trabajando permanentemente en la identificación de las necesidades y expectativas de los clientes e implementando acciones que garanticen la satisfacción y fidelidad.

También, practica el empoderamiento del personal a través de la motivación y formación permanente, logrando desarrollar su creatividad generando innovación en el sector.

Tabla 67-4: Objetivos de calidad de cada departamento

Áreas	Objetivo
Gerencia	Asegurarse que las demás áreas ejecuten las actividades correctamente.
Talento humano	Promover y mantener el compromiso para el mejoramiento continuo en la prestación de servicios.

Áreas	Objetivo
Marketing	Identificar las necesidades del cliente y transmitir los servicios de la mejor manera.
Compras	Supervisar el cumplimiento de especificaciones de calidad para las materias primas.
Reservas y recepción	Atender con amabilidad y respeto a los clientes en el menor tiempo posible.
Habitaciones	Mantener un diálogo constante con todas las áreas del hotel.
Alimentos y bebidas	Realizar buenas prácticas de higiene y manipulación de los alimentos. Garantizar condiciones óptimas en el valor nutricional, sabor, color, textura en la preparación de alimentos y bebidas.

Realizado por: Escudero, J., 2023

Definir esta política busca ser competitivos en el mercado, una mayor eficiencia operativa, generar confianza, añadir valor, mejorar la calidad de vida de los colaboradores y aumentar los ingresos, de esta manera, lograr que el hotel tenga una base sólida para alcanzar una certificación de calidad.

4.4.2.5. Políticas de operación

- Políticas generales para el servicio de alojamiento
 - *Check in:*15h00 y *Check out:* 12h00.
 - Todos los huéspedes deben ser registrados en la recepción.
 - No se permite el acceso a las habitaciones a visitantes no registrados en la recepción.
 - Si hubiese una persona extra en la habitación el valor de la ocupación será cargado a la cuenta del cliente.
 - Para prolongar su estadía comunicar con 24 horas de anticipación a recepción.
 - No se admiten mascotas.
 - Cualquier daño causado por huéspedes a la propiedad del hotel será cancelado por el huésped.

- Políticas generales para el servicio de alimentos y bebidas
 - Desayunos: 7h30 a 9h30.
 - Almuerzo: 13h00 a 15:00.
 - Cena: 19:00 a 21h00.
 - Atención en el *lounge bar* de 17h00 a 23h00.
 - Para reservar el servicio de alimentos y bebidas para un grupo mayor a 10 personas comunicarse con al menos dos días de anticipación.
 - El menú se diversificará en opciones y precios para ofrecer variedad.
 - No se admiten mascotas.
 - El servicio a domicilio tiene un cargo adicional.
 - Cualquier daño causado por cliente a la propiedad del hotel será cancelado por el cliente.

- Políticas de reservación
 - Las reservaciones de los servicios se las puede gestionar mediante las redes sociales, correo electrónico, vía telefónica o presencialmente.
 - Para garantizar la reservación se requiere un depósito, transferencia o un número de tarjeta de crédito.
 - Se avala seguridad para proteger la información de tarjeta de crédito, nombre, dirección, correo electrónico y otra información personal que los clientes proveen en las secciones de reservaciones o en la página web.

- Políticas de cancelación
 - Si se cancela la reservación con 48h de anticipación, la penalización será del 100% del valor total.
 - Si se cancela la reservación con 3 días de anticipación, la penalización será del 50% del valor total.
 - Si se cancela la reservación con 5 días de anticipación, la penalización será del 0% del valor total.
 - Se cancelará la reservación sin ninguna penalización en casos fortuitos.
 - En el caso de *no show* o reservaciones incumplidas en la hora acordada, la penalización será del 100% del valor total.

4.4.2.6. Política ambiental

Tiene como objetivo ofrecer servicios de hospedaje, alimentos y bebidas, y demás asegurándose de que sus actividades garanticen el cuidado y conservación ambiental a través de acciones sustentables y sostenibles; así como también, implementando señalética orientada a la concientización ambiental.

4.4.2.7. Organigrama estructural

El siguiente esquema representa la estructura óptima de gestión del Hotel San Rafael, deja de lado lo tradicional y se muestra de forma circular. Se interpreta de adentro hacia fuera, esto, para impulsar la equidad y motivación entre los colaboradores ya que, con ello se evita la jerarquización, también ayuda a un mayor flujo de la comunicación, mejora la productividad y, por tanto, la operación eficiente y ordenada en cada área del establecimiento.



Ilustración 29-4: Organigrama estructural

Realizado por: Escudero, J., 2023

La administración y gerencia que está en el área administrativa se encargará de gestionar las demás áreas, pues, en ella se encuentra el personal directivo encargado de planificar, controlar, regular y evaluar las operaciones de la empresa, esta comprende los siguientes departamentos:

- **Marketing:** creará constantemente oferta innovadora para mantener e incrementar los márgenes de ocupación del establecimiento.
- **Talento humano:** gestionará y capacitará a los colaboradores.

El área operativa se encarga de la operación de los procesos establecidos por el área administrativa y estará conformada de la siguiente manera:

- **Reservas y recepción:** atención al cliente, reservación de servicios solicitados, cargar los servicios consumidos por ellos y cobrar a su salida.
- **Habitaciones:** operación del servicio de alojamiento, lavandería y lencería, control de limpieza, planchado y reporte de las condiciones de las instalaciones, equipos, maquinaria, o requerimientos faltantes.
- **Alimentos y bebidas:** coordinará la prestación del servicio de restauración tanto en el restaurante como en el *lounge bar*, también, ejercerá el control sobre la planificación de actividades complementarias, menús, manejo de alimentos, lista de requerimientos y más funciones.

4.4.2.8. Organigrama funcional

En cada departamento existirá una persona delegada para supervisar y reportar los resultados de la operación al gerente o administrador general, lo que permitirá evaluar y proponer acciones de mejora preventivas o correctivas en caso de ser necesario.

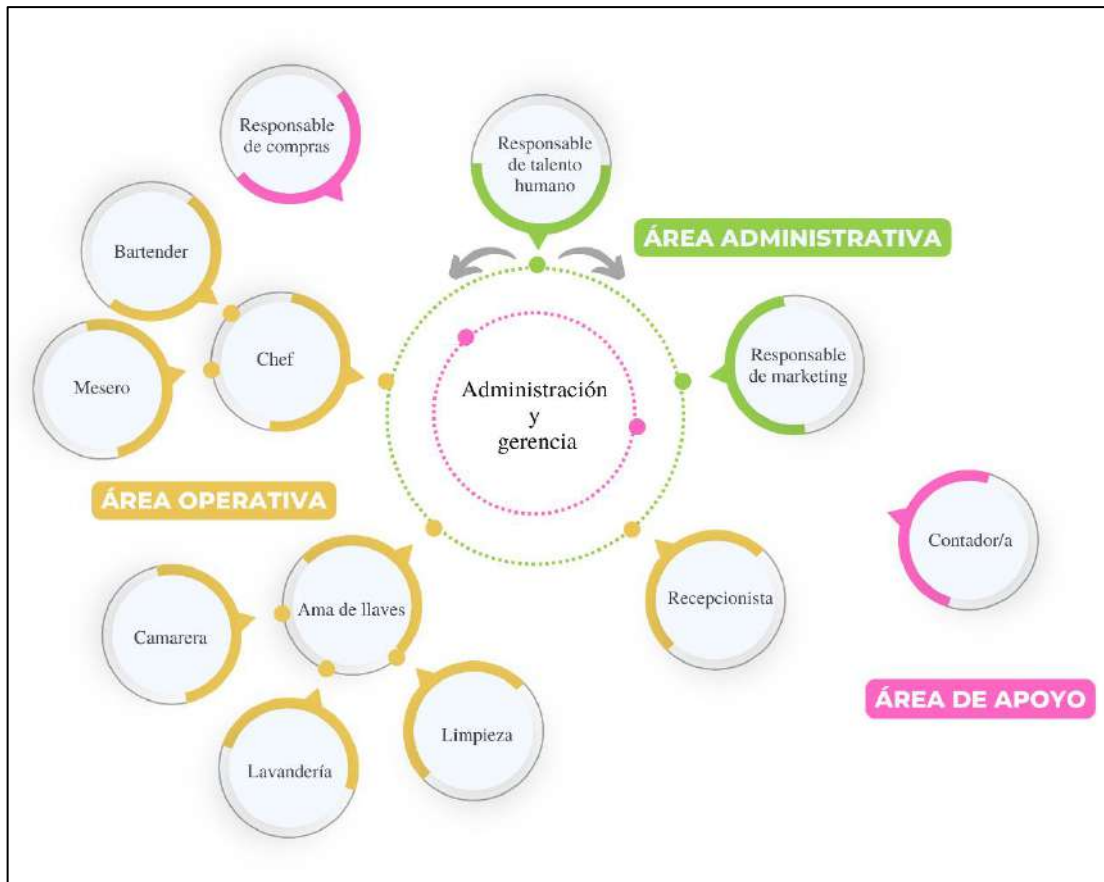


Ilustración 30-4: Organigrama estructural

Realizado por: Escudero, J., 2023

4.4.2.9. Gestión del talento humano

- Contratación de personal

El capital humano de la empresa es el más importante, ya que, ellos son quienes ayudarán a cumplir las metas y objetivos planteados, en este sentido es decisivo llevar a cabo un proceso adecuado y consciente para contratarlos, considerando las necesidades de la organización, así como el perfil deseado y funciones del puesto.

El procedimiento consta de cuatro fases: reclutamiento, selección, contratación e inducción al nuevo personal; el método utilizado por el Hotel San Rafael será una entrevista a los candidatos y una actividad práctica.

- Plan de recompensas e incentivos para el personal

Para incentivar al éxito de la empresa es necesario mantener un buen nivel de motivación laboral extrínseca con los colaboradores, debido a que, ayudará a aumentar la productividad y compromiso con la empresa, a conservar al personal valioso y con talento, a atraer a los mejor colaboradores disponibles en el mercado, entre otros beneficios, por lo que, para el Hotel San Rafael se pretende implantar las siguientes políticas que se irán combinando y alternando en cada año de funcionamiento:

Tabla 68-4: Plan de recompensas e incentivos para el personal

Económicos	No económicos
Comisiones por venta.	Ofrecer días libres tras terminar un proyecto importante.
Café, té y refrescos gratis.	Proyección de una película.
Regalo en fechas especiales como: cumpleaños, San Valentín, Navidad, día del trabajador, entre otras.	Flexibilidad horaria.
Dotar de un óptimo lugar de trabajo y espacio de descanso.	Promoción interna en cuanto a servicios.
Viajes al cumplir cierta meta económica.	Convivencia interna que incluya colaboradores y sus familias.
Reconocimiento de logros de forma personalizada con publicación en redes sociales, en la cartelera del establecimiento y con diplomas, medallas, gratificaciones de forma económica o concesión de tiempo libre.	Cada empleado desempeña funciones acorde a sus habilidades y competencias profesionales.
Capacitaciones en las diferentes áreas.	Involucrar a todos los colaboradores en reuniones para establecer metas y objetivos.
	Presencia en medios como delegados del establecimiento en radios o periódicos.

Realizado por: Escudero, J., 2023

4.4.2.10. Manual de funciones

Las funciones mínimas de los departamentos son las siguientes:

Tabla 69-4: Manual de funciones

	Departamento	Funciones
Área administrativa	Administración y gerencia	<ul style="list-style-type: none"> - Liderar el desarrollo de las estrategias de la empresa a corto y largo plazo. - Gestionar los recursos disponibles. - Realizar negociaciones con los socios claves, proveedores y acreedores. - Evaluar la contabilidad e información financiera para ayudar en las operaciones diarias de la organización. - Asignar los recursos a los diferentes departamentos de una empresa. - Evaluar el trabajo de las demás áreas para asegurar la consecución de los objetivos.
	Talento humano	<ul style="list-style-type: none"> - Seleccionar a los colaboradores y delegar funciones. - Realizar contratos, bajas, nóminas, seguros sociales, controlar disciplina, realizar reubicaciones, regulaciones, vacaciones, permisos, entre otras. - Abonar las nóminas de los colaboradores. - Establecer la compensación y beneficios para los miembros de la empresa. - Programar capacitaciones en las diferentes áreas de la empresa. - Medir el grado de satisfacción de los colaboradores. - Evaluar el desempeño y calidad de los colaboradores. - Retroalimentar y hacer ajustes entre el colaborador y su puesto de trabajo.
	<i>Marketing</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Investigar la situación del mercado y la competencia. - Planear y desarrollar estrategias de marketing. - Gestionar la marca de la empresa. - Crear contenido digital y físico. - Programar publicaciones y monitorear las redes sociales. - Interactuar con todos los departamentos de la empresa.
Área de apoyo	Compras	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar a los mejores proveedores. - Realizar compras y recibir de acuerdo con la orden. - Ingresar al inventario las compras y repartir a los demás departamentos lo requerido. - Controlar y liquidar pagos a proveedores.
	Contador/a	<ul style="list-style-type: none"> - Llevar el control económico y financiero de la empresa. - Elaborar balances de resultados. - Realizar declaraciones y pagos al SRI. - Identificar anomalías y reportar inmediatamente. -

	Departamento	Funciones
Área operativa	Recepción	<ul style="list-style-type: none"> - Recibir a los clientes. - Asignar habitaciones y servicios. - Dar información general del hotel, restaurante, <i>lounge bar</i>, actividades complementarias y comentar sobre el turismo provincial. - Llevar el control de entradas y salidas. - Informar a la ama de llaves sobre el <i>check out</i> de los huéspedes para fines de limpieza. - Llevar el control de las llaves de las habitaciones. - Ingresar dinero al hotel por conceptos de los servicios prestados. - Cobrar y emitir facturas. - Solicitar medios de transporte en caso de ser requeridos.
	Habitaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Verificar el orden y limpieza de las áreas del establecimiento e instalaciones. - Proporcionar un servicio oportuno y de excelencia al cliente. - Elaborar los reportes diarios del estado real de las habitaciones. - Elaborar lista de requerimientos para mantener suficientes insumos utilizados en el departamento. - Controlar la limpieza y planchado de lencería de habitaciones y mantelería del restaurante y <i>lounge bar</i>. - Controlar el inventario de mobiliario, enseres, menaje e insumos correspondientes a su departamento.
	Alimentos y bebidas	<ul style="list-style-type: none"> - Suministrar alimentos y bebidas a los clientes. - Planificar y diseñar el menú, considerando beneficios, costos, valores nutricionales y presentación de los platos. - Determinar los mejores mecanismos y estándares de calidad para la recepción, almacenamiento, distribución, producción y despacho de la materia prima. - Elabora lista de requerimiento para el funcionamiento del área. - Planificar y coordinar las actividades, eventos y programas que se desarrollen en el hotel. - Diseñar un plan operativo anual con su respectivo presupuesto.

Realizado por: Escudero, J., 2023

A continuación, se presenta el manual de funciones por cada uno de los responsables de cada departamento distribuidos por áreas.

- **Área administrativa**

- Manual de funciones de la gerente general

Tabla 70-4: Manual de funciones de la gerente general

DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Título del puesto		Gerente general		
Nivel de reporte inmediato		Junta de colaboradores		
Subrogación		Contador/a		
Misión del Cargo				
Administrara, gestionar, coordinar y dirigir las actividades que sean necesarias para el crecimiento de la empresa, decidir en función del cumplimiento de los objetivos estratégicos y tácticos organizacionales. Evaluar el rendimiento y desempeño de todas las áreas del hotel.				
PERFIL	Formación Académica	Requisitos y conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de Experiencia
	Título profesional de tercer nivel en Turismo. Maestría en Administración de Empresas o afines.	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidades de liderazgo • Capacidad para gestionar colaboradores a su cargo. • Habilidades de comunicación, resolución de problemas y toma de decisiones. • Procesos administrativos y contables • Técnicas de definición de precios para productos y servicios. • Conocimiento del marco legal nacional y local. • Conocimiento del ámbito turístico con énfasis en alojamiento y alimentos y bebidas. • Amplio vocabulario técnico del segmento turístico y de hospitalidad. 	Inglés nivel C1	Mínimo un año en puestos similares.
Responsabilidades del cargo				
<ul style="list-style-type: none"> - Planificar objetivos y estrategias. - Control del inventarios y supervisión de las demás áreas. - Planificar y desarrollar nuevos productos, servicios y procesos, necesidades de inversión, cronogramas y presupuestos. - Investigar y analizar nuevas tendencias de mercado, definir políticas de precios, promover ventas. - Definir el perfil del cliente. - Realizar acuerdos y alianzas comerciales con colaboradores, proveedores o socios estratégicos. - Monitorear y evaluar el cumplimiento de metas, objetivos y estándares de calidad. - Evaluar el estado de la empresa periódicamente y tomar decisiones. - Lograr la máxima rentabilidad, mantener el valor comercial y aumentar la proyección de mercado - Representar al establecimiento en diferentes eventos. - Velar por la seguridad y mantenimiento del establecimiento. - Buscar acciones para vincularse con la sociedad. - Analizar resúmenes de investigación de satisfacción, sugerencias y opiniones de clientes, mantener contacto permanente con el cliente. - Liderar el equipo humano de trabajo 				
Condiciones de trabajo				
Efectúa sus funciones en el área administrativa, con derecho a una oficina personalizada, insumos y equipos de trabajo, además, permanece en contacto con los miembros de las demás áreas.				

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Manual de funciones del responsable de talento humano

Tabla 71-4: Manual de funciones del responsable de talento humano

DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Título del puesto		Responsable de talento humano		
Nivel de reporte inmediato		Gerente general		
Subrogación		Gerente general		
Misión del Cargo				
Gestionar las actividades del personal, las relaciones laborales, los horarios de trabajo, la contratación de colaboradores, así como, sus capacitaciones.				
PERFIL	Formación Académica	Requisitos y conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de Experiencia
	Título profesional de tercer nivel en Relaciones Laborales y Recursos humanos.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de la ley y normativa nacional relacionada a las obligaciones y derechos de colaboradores y empleadores. • Dominio de sistemas informáticos y análisis de datos. • Habilidades comunicativas. 	Inglés nivel B1	Mínimo dos años de experiencia de trabajo con establecimiento de alojamiento turísticos.
Responsabilidades del cargo				
<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar políticas internas de par la gestión del talento humano. - Reorientar procesos de atención al cliente. - Seleccionar al personal para cada área. - Incentivar la cooperación, participación y compromiso laboral con sus colaboradores. - Desarrollar acciones motivadoras, estimular el desarrollo del equipo de trabajo, solucionar conflictos y promover cambios. - Programar capacitaciones enfocadas a cada área. - Evaluar el nivel de satisfacción de los colaboradores. - Promover una buena comunicación interna. 				
Condiciones de trabajo				
Efectúa sus funciones dentro del establecimiento, con derecho a insumos y equipos de trabajo, además, permanece en contacto directo con la gerente del hotel.				

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Manual de funciones del responsable de marketing

Tabla 72-4: Manual de funciones del responsable de marketing

DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Título del puesto	Responsable de marketing			
Nivel de reporte inmediato	Gerente general			
Subrogación	Gerente general			
Misión del Cargo				
Posicionar a la marca para mantener la ocupación alta en el establecimiento, también, identificar el perfil del cliente, proponer ideas innovadoras de servicios, planificar e implementar estrategias de mercadotecnia.				
PERFIL	Formación Académica	Requisitos y Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de Experiencia
	Título profesional de tercer nivel en Marketing.	<ul style="list-style-type: none"> • Estar a la vanguardia de las tendencias de marketing mundiales y nacionales. • Manejar programas informáticos y de diseño. • Conocimiento de fotografía. • Manejo de redes sociales y plataformas digitales. 	Inglés nivel B1	Mínimo dos años de experiencia de trabajo con establecimiento de alojamiento turísticos.
Responsabilidades del cargo				
<ul style="list-style-type: none"> - Identificar el perfil del cliente, estudiar la competencia y el mercado. - Definir estrategias de marketing integrales. - Dirigir campañas y promociones de marketing. - Crear y manejar las redes sociales y página web del establecimiento. - Crear contenido digital y físico para la promoción del hotel. - Elaborar informes analíticos de las redes sociales y página web del establecimiento. 				
Condiciones de trabajo				
Efectúa sus funciones dentro del establecimiento y en línea, con derecho a insumos y equipos de trabajo, además, permanece en contacto directo con la gerente del hotel.				

Realizado por: Escudero, J., 2023

- **Área de apoyo**

- Manual del responsable de compras

Tabla 73-4: Manual de funciones del responsable de compras

DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Título del puesto		Responsable de compras		
Nivel de reporte inmediato		Gerente general		
Subrogación		Gerente general		
Misión del Cargo				
Definir una política de compras para el hotel, mantener dotadas las áreas del establecimiento con los materiales, insumos, materia prima, etc., que requieren para el desarrollo de actividades.				
PERFIL	Formación Académica	Requisitos y Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de Experiencia
	Título profesional de tercer nivel en Administración de empresas, finanzas, negocios o afines.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de los proveedores que operan en el sector de alojamiento y restauración. • Habilidades matemáticas y de cálculo. • Facilidad de comunicación. • Conocimiento técnicas de negociación. 	Inglés nivel B1	Mínimo dos años de experiencia de trabajo con establecimiento de alojamiento turísticos.
Responsabilidades del cargo				
<ul style="list-style-type: none"> - Establecer una política compras en términos de calidad, cantidad y precio. - Gestionar información de los posibles proveedores. - Gestionar estratégicamente una compra. - Controlar la calidad de las materias primas, insumos y materiales comprados. - Llevar un correcto control documental e inventario de cada compra. - Mantener actualizado los precios de los requerimientos usuales de cada área que será de gran utilidad para calcular el precio de algún servicio o producto que se quiera lanzar al mercado. 				
Condiciones de trabajo				
Efectúa sus funciones dentro del establecimiento, con derecho a insumos y equipos de trabajo, además, controla las bodegas a su cargo.				

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Manual de funciones del contador/a

Tabla 74-4: Manual de funciones del contador/a

DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Título del puesto	Contador/a			
Nivel de reporte inmediato	Gerente general			
Subrogación	Gerente general			
Misión del Cargo				
Controlar y supervisar las operaciones y procedimientos contables de la empresa. Responder por el análisis y registro contable de acuerdo con las normas y procedimientos establecidos, también preparar estados financieros y otros informes.				
PERFIL	Formación Académica	Requisitos y Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de Experiencia
	Título profesional de tercer nivel en Contabilidad y Auditoría.	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad numérica, de lenguaje y conocimientos contables, tributarios y financieros. • Conocimiento de las obligaciones tributarias periódicas y anuales. • Dominio de sistemas informáticos hoteleros. • Técnicas de auditoría interna en establecimiento de alojamiento. 	Inglés nivel B1	Mínimo tres años de experiencia de trabajo con establecimiento de alojamiento turísticos.
Responsabilidades del cargo				
<ul style="list-style-type: none"> - Analizar los ingresos y egresos. - Manejar registros, sistemas y presupuestos financieros. - Asesorar a la gerente en materia financiera, tales como mejoras para su negocio, reducción de costos, insolvencias, entre otros. - Reportar irregularidades. - Elaborar informes financieros y tributarios, analizando los anteriores, a los fines de comprobar que se esté velando por el cumplimiento de los estándares y la legislación aplicable. - Efectuar a tiempo las obligaciones tributarias del establecimiento. - Elaborar pronósticos contables. - Mantener informado al gerente sobre las actualizaciones nacionales en materia tributaria. 				
Condiciones de trabajo				
Efectúa sus funciones dentro del establecimiento y en línea, con derecho a insumos y equipos de trabajo, además, permanece en contacto directo con la gerente del hotel.				

Realizado por: Escudero, J., 2023

- **Área operativa**

- Manual de funciones del o la recepcionista

En los primeros años de operación será necesario una persona en esta área, pero, a medida de las necesidades se ubicará a una diferente en las recepciones que estarán equipadas para el hotel, restaurante y *lounge bar*.

Tabla 75-4: Manual de funciones del o la recepcionista

DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Título del puesto		Recepcionista		
Nivel de reporte inmediato		Gerente general		
Subrogación		Contador/a		
Misión del Cargo				
Brindar atención personalizada a cada cliente y canalizar con los demás departamentos el cumplimiento de los servicios solicitados; además, organizar una base de datos de todas las personas que ingresen al establecimiento.				
PERFIL	Formación Académica	Requisitos y Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de Experiencia
	Título profesional de tercer nivel Administración o Finanzas. Certificación en asistencia contable.	<ul style="list-style-type: none"> • Dominio de términos técnicos relacionados con la hotelería. • Dominio del sistema tarifario • Reglas de etiqueta y protocolo. • Conocimiento sobre hojas de cálculos, sistemas informáticos y contabilidad en general. • Manejo de pagos en efectivo, tarjetas de créditos, transferencias o cheques. • Dominio de sistemas informáticos hoteleros. • Técnicas de auditoría interna en establecimiento de alojamiento. • Gran capacidad comunicativa, incluyendo lenguaje claro y actitud profesional. • Actitud amable, eficiente y servicial. • Primeros auxilios básicos. 	Inglés nivel B1	Mínimo dos años de experiencia en atención al cliente.
Responsabilidades del cargo				
<ul style="list-style-type: none"> - Atención al cliente. - Captación y fidelización de clientes. - Registrar información de los clientes para definir con mayor exactitud el perfil concurrente. - Registrar el ingreso (<i>check in</i>) y salida (<i>check out</i>) del huésped y comensal. - Verificar datos de reserva del huésped, asistirlo en caso de requerir información, comprobar veracidad de datos y entregar llaves de habitaciones. - Informar a la ama de llaves reservaciones y el <i>check out</i> de los huéspedes para fines de limpieza - Brindar información turística requerida por el cliente. - Recibir pedidos de huéspedes y gestionar la atención, registrar cada acción realizada - Cobrar y emitir facturas por los servicios prestados. - Realizar encuestas de satisfacción a clientes. - Mantener comunicación fluida con los demás colaboradores. - Apoyar al encargado de la limpieza. 				
Condiciones de trabajo				
Efectúa sus funciones en el área operativa, con derecho al uso del mostrador de recepción, insumos, equipos de trabajo, manejo de dinero y cuentas bancarias de la organización, además, guía al cliente hacia su destino y mantiene comunicación con los miembros de todas las áreas.				

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Manual de funciones de la ama de llaves

Tabla 76-4: Manual de funciones de la ama de llaves

DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Título del puesto		Ama de llaves		
Nivel de reporte inmediato		Recepcionista		
Subrogación		Recepcionista		
Misión del Cargo				
Tener bajo control las instalaciones del hotel, limpieza, preparación y también, conservación del mobiliario, lencería, maquinaria y materiales de su área. Dirigir las compras en referencia a lencería y productos de limpieza.				
PERFIL	Formación Académica	Requisitos y Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de Experiencia
	Título profesional de tercer nivel en Hotelería.	<ul style="list-style-type: none"> • Excelentes habilidades de organización y comunicación. • Capacidad para tratar a las personas, ser amable y servicial. 	Inglés nivel B1	Mínimo dos años de experiencia en establecimientos de alojamiento turísticos.
Responsabilidades del cargo				
<ul style="list-style-type: none"> - Organizar y distribuir tareas a camarera o responsable de lavandería. - Resolver de forma rápida y educada las quejas de los huéspedes. - Limpieza y preparación de todas las instalaciones del hotel. - Control, buen uso y conservación del mobiliario, lencería, mantelería, maquinaria, materiales y utensilios. - Gestión de los insumos de su área y reportar requerimientos. - Encargarse del lavado y planchado del menaje, enseres y lencería para el hotel y restaurante. - Preparar la habitación para recibir a los huéspedes con decoración, souvenir y tarjeta personalizada. - Coordinar con recepción el estado de reserva de las habitaciones. - Confirmar la integridad de las habitaciones en el <i>check out</i> y buen uso de instalaciones. - Cuidar la imagen personal y corporativa. 				
Condiciones de trabajo				
Efectúa sus funciones dentro del establecimiento, con derecho a insumos y equipos de trabajo, además, controla las bodegas a su cargo, permanece recorriendo el establecimiento y acompaña al huésped.				

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Manual de funciones del chef

Tabla 77-4: Manual de funciones del chef

DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Título del puesto		Chef		
Nivel de reporte inmediato		Gerente general		
Subrogación		Mesero		
Misión del Cargo				
Planificar y dirigir el restaurante y <i>lounge bar</i> , así como, la preparación, almacenaje de alimentos, menús, creación de platillos, y servicio al cliente.				
PERFIL	Formación Académica	Requisitos y Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de Experiencia
	Título profesional de Chef.	<ul style="list-style-type: none"> • Excelentes habilidades de organización y comunicación. • Dominio de manejo de alimentos e inocuidad alimentaria. • Conocimiento de repostería, panadería y pastelería. • Dominio de vocabulario técnico de cocina internacional. • Normas de etiqueta en mesa • Montaje de mesas y platillos. 	Inglés nivel B1	Mínimo tres años de experiencia de trabajo con establecimiento de alojamiento turísticos.
Responsabilidades del cargo				
<ul style="list-style-type: none"> - Preparar alimentos y bebidas. - Planificar menús. - Controlar el stock. - Supervisa la atención al cliente. - Controla el correcto funcionamiento de los equipos. - Identificar tendencias gastronómicas. - Elaborar y controlar costos. - Mantener su área en excelentes condiciones de limpieza. - Asegurar altos niveles de higiene y seguridad en la manipulación de alimentos y utensilios. - Atender las peticiones de servicios adicionales a la habitación. - Orientar, supervisar e instruir al mesero. - Usar equipos de protección necesarios. - Cuidar la imagen personal y corporativa. 				
Condiciones de trabajo				
Efectúa sus funciones en el departamento de alimentos y bebidas, con derecho a insumos y equipos de trabajo, además, controla las bodegas a su cargo, al mesero y permanece en contacto con las demás áreas del hotel.				

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Manual de funciones del mesero

Tabla 78-4: Manual de funciones del mesero

DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Título del puesto	Mesero/a			
Nivel de reporte inmediato	Chef			
Subrogación	Chef			
Misión del Cargo				
Se encarga de la gestión del área del comedor del restaurante o <i>lounge bar</i> , como su decoración, montaje de mesas, atender y servir a los clientes, verificar si requiere algo adicional.				
PERFIL	Formación Académica	Requisitos y Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de Experiencia
	Título de segundo o tercer nivel en cualquier área relacionada a la actividad.	<ul style="list-style-type: none"> • Reglas de etiqueta y protocolo. • Técnica de servir bebidas y alimentos. • Dominio de vocabulario técnico relativo a la restauración. • Primeros auxilios. • Facilidad de comunicación clara. • Actitud servicial y positiva. 	Inglés nivel B1	Mínimo un año de experiencia en atención al cliente.
Responsabilidades del cargo				
<ul style="list-style-type: none"> - Realizar el respectivo montaje de mesas. - Servir los alimentos y bebidas a la mesa. - Aprenderse el menú, los ingredientes que incluyen cada platillo y su precio. - Sugerir aperitivos a los clientes antes de hacer su pedido. - Realizar sugerencias a los clientes de postres, cocteles, y bebidas. - Presentar al cliente la cuenta, para el respectivo pago. - Asistir a los clientes antes, durante y después del servicio. - Observar si los clientes dejan objetos olvidados y hacer la devolución correspondiente. - Manejar de forma correcta la vajilla y cristalería. - Llevar la mantelería a lavandería. - Dotar de sal, azúcar, cubiertos y salsas en cada mesa - Tratar al cliente con cortesía, respeto y amabilidad. - Cuidar la imagen personal y corporativa. 				
Condiciones de trabajo				
Efectúa sus funciones en el departamento de alimentos y bebidas, con derecho a insumos y equipos de trabajo, además, está en contacto permanente con el chef.				

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Manual de funciones del *bartender*

Tabla 79-4: Manual de funciones del mesero

DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Título del puesto		<i>Bartender</i>		
Nivel de reporte inmediato		Chef		
Subrogación		Mesero		
Misión del Cargo				
Encargado del servicio en la barra; prepara y sirve bebidas				
PERFIL	Formación Académica	Requisitos y Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de Experiencia
	Título de segundo o tercer nivel en cualquier área relacionada a la actividad.	<ul style="list-style-type: none"> • Ser rápido y no perder la calma. • Ser disciplinado y ordenado. • Tener facilidad para comunicarse. • Tener conocimiento sobre los diferentes tipos de licores. 	Inglés nivel B1	Mínimo dos años de experiencia en atención al cliente.
Responsabilidades del cargo				
<ul style="list-style-type: none"> - Preparar y servir bebidas. - Mantener en orden y controlar el stock de materia prima. - Realizar espectáculos para entretener a los clientes. - Crear nuevas bebidas. - Planificar y presentar el menú para el bar. - Atender a los clientes y explicarles las características de las bebidas que soliciten. 				
Condiciones de trabajo				
Efectúa sus funciones en el departamento de alimentos y bebidas, con derecho a insumos y equipos de trabajo, además, está en contacto permanente con el chef.				

Realizado por: Escudero, J., 2023

4.4.2.11. Manual de procedimientos administrativos

Teniendo claro los requisitos, aptitudes que debe tener el personal y las principales funciones de cada área, es preciso también establecer el procedimiento básico a llevar a cabo al momento de comercializar los servicios ofertados por el hotel, demostrando al cliente la existencia de organización y protocolos de atención. Para cubrir esta necesidad se tienen los siguientes manuales de procedimientos:

- **Área administrativa**

- Evaluación del estado de la empresa (Gerente general)

Procedimiento: La gerente entre sus funciones tiene el evaluar el estado de la empresa con la finalidad de tomar decisiones que aumenten la productividad y el nivel de ingresos, entonces, deberá solicitar un informe pormenorizado del periodo a evaluar a cada una de las diferentes áreas, luego revisar cada uno de ellos y emitir un informe final donde consten los resultados, las propuestas de mejora y las metas a cumplir a corto, mediano y largo plazo.

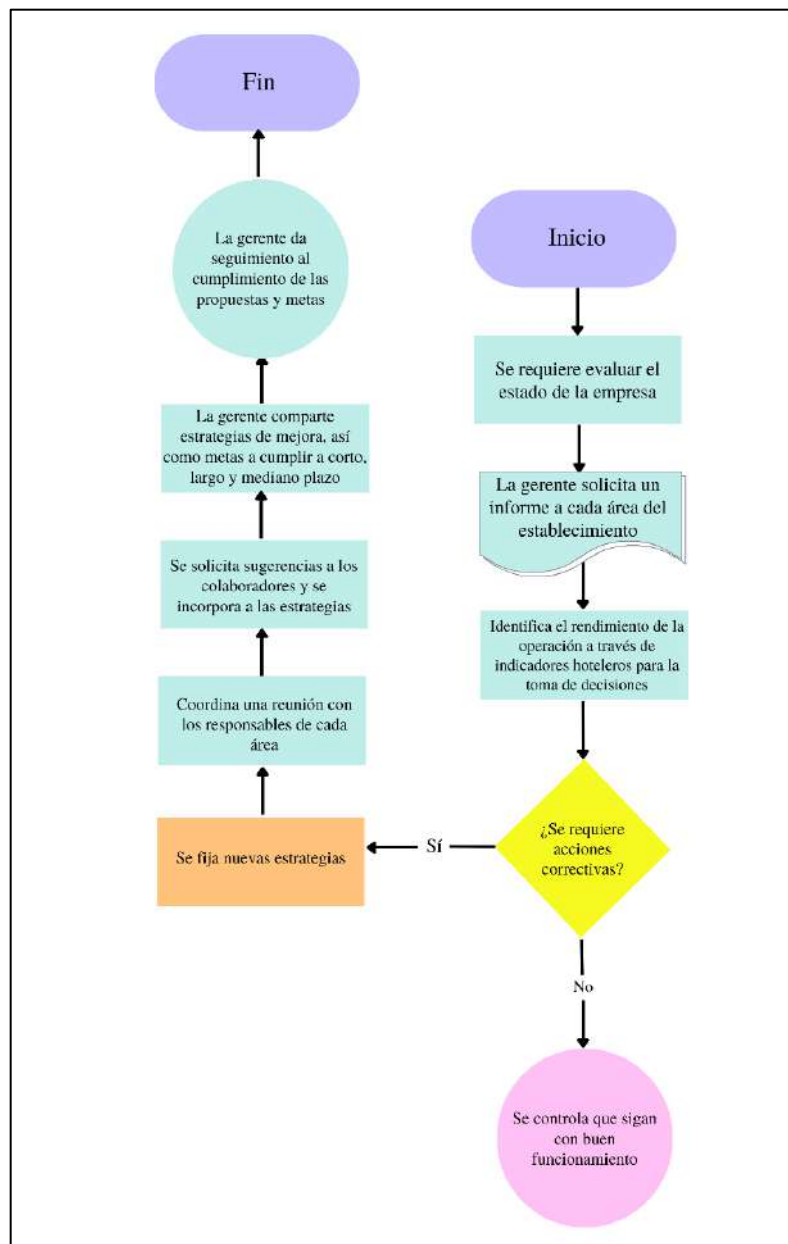


Ilustración 31-4: Flujograma del proceso para la evaluación del estado de la empresa

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Gestión del talento humano (Responsable de talento humano)

Procedimiento: Es clave gestionar al personal, para que, de esta manera, cada uno sepa lo que se debe realizar y cumplir por día según los requerimientos de servicios solicitados o reservados en recepción, lo que facilitará organizar a los colaboradores, y comunicarles el cronograma de trabajo, así, en caso de ser necesario se llamará a colaboradores ocasionales para cubrir el cumplimiento de actividades delegadas a cada área y departamento.

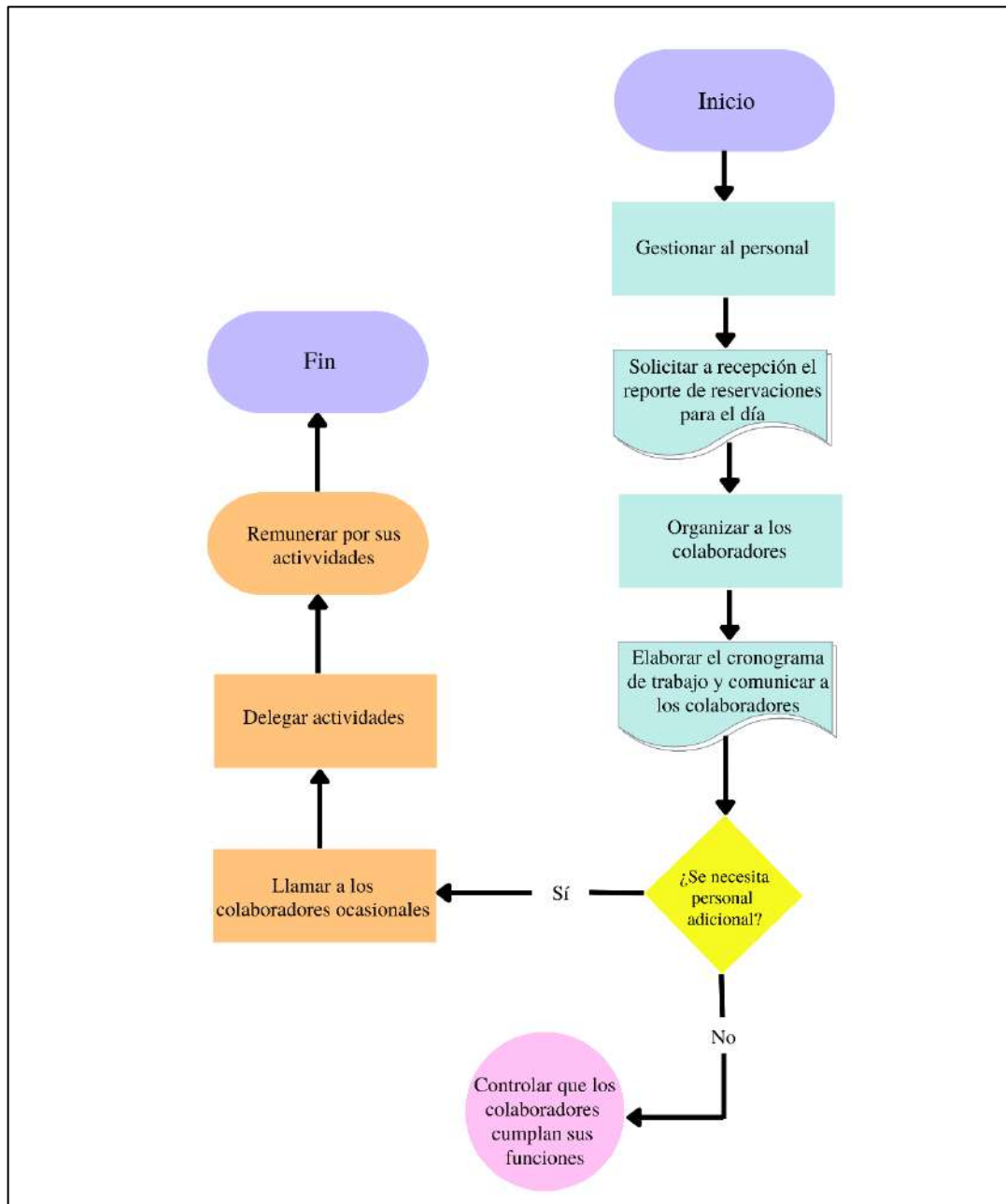


Ilustración 32-4: Flujograma del proceso para la gestión de talento humano

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Contratación del personal (Responsable de talento humano)

Procedimiento: la persona encargada de talento humano identificará el puesto de trabajo que se desee cubrir, entonces, se definirá el perfil óptimo del candidato y los requisitos, seguido se anunciará la búsqueda del puesto de trabajo en bolsas de empleo y redes sociales, luego, se realizará una preselección respecto a las hojas de vida recibidas; luego, se pasa a una entrevista, un ejercicio práctico, se selecciona al candidato final, y se le da una inducción sobre las funciones que deberá cumplir, así como de la empresa y finalmente, se hace una presentación oficial frente a los demás colaboradores.

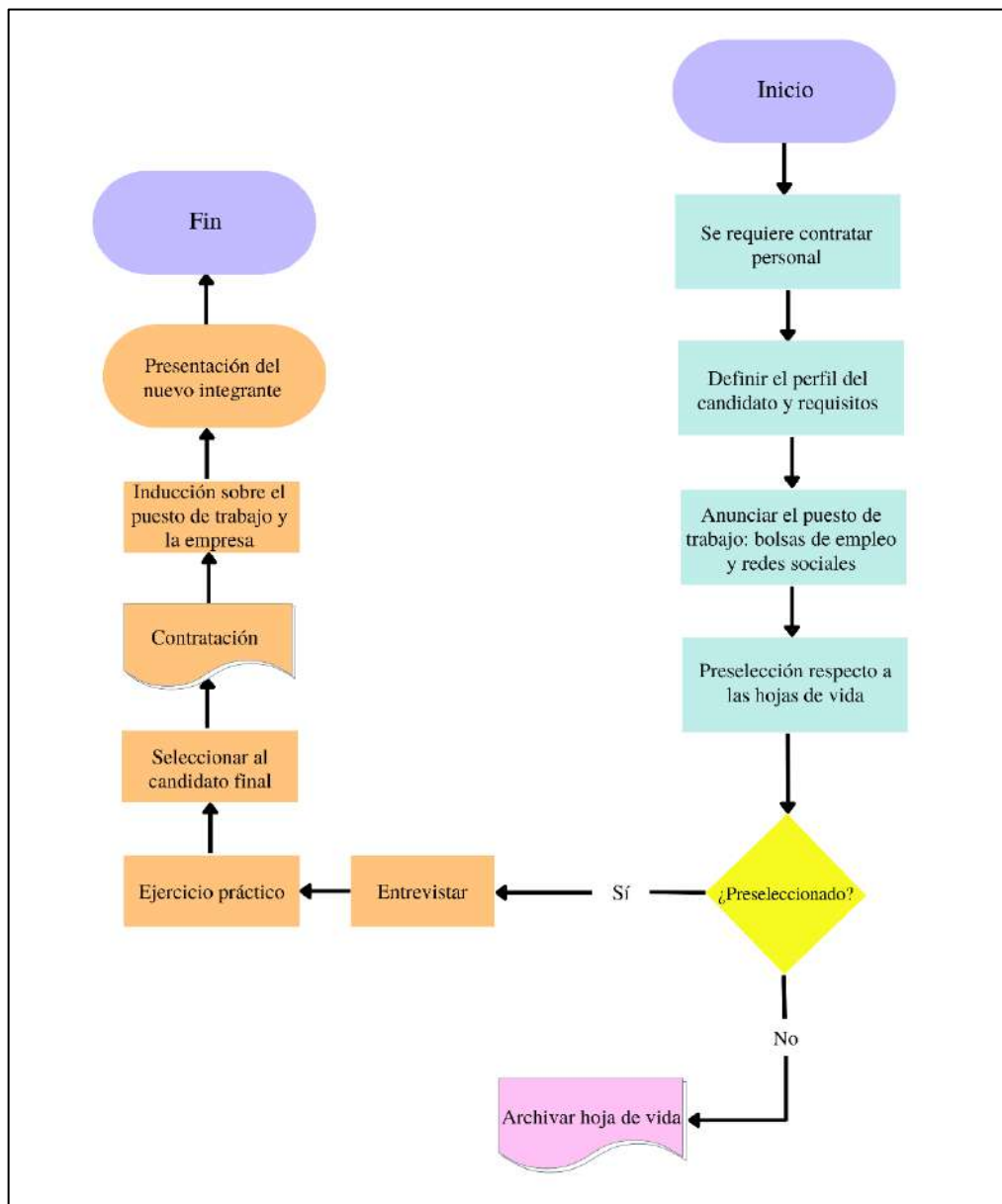


Ilustración 33-4: Flujograma del proceso de contratación de personal

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Diversificación de la oferta y promoción (Responsable de marketing)

Procedimiento: es necesario crear o innovar los servicios y productos para poder promocionarlos en todas las redes sociales del establecimiento y así mantener el interés del cliente en visitar y disfrutar de ellos, para ello, se establecerá lo que incluye y el precio, también se generará contenido digital y físico; y finalmente se dará seguimiento a la interacción de los usuarios para responderles inmediatamente.

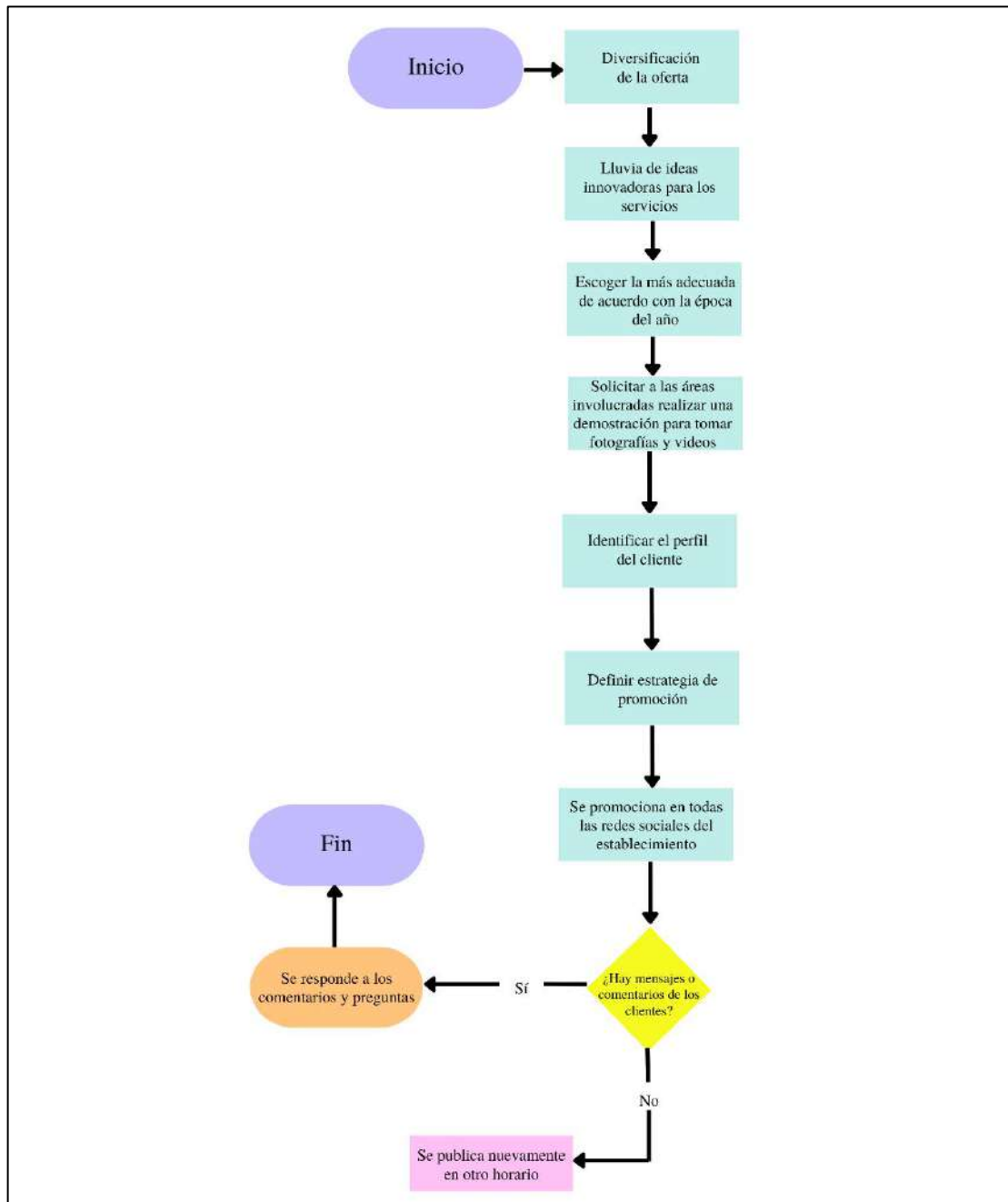


Ilustración 34-4: Flujograma del proceso para la diversificación de la oferta y promoción

Realizado por: Escudero, J., 2023

4.4.2.12. Manual de procedimientos operativos

- **Área de apoyo**

- Compra de materiales, insumos o materia prima (Responsable de compras)

Procedimiento: Es necesario la dotación de los requerimientos para cada área y departamento con la finalidad de que puedan realizar sus actividades eficientemente, por lo que, el encargado de compras solicitará una lista de lo que se necesita en cada área, revisará y aprobará la misma, elegirá al proveedor más adecuado, recibirá y controlará de según la orden realizada, ingresará al inventario y entregará a cada área.

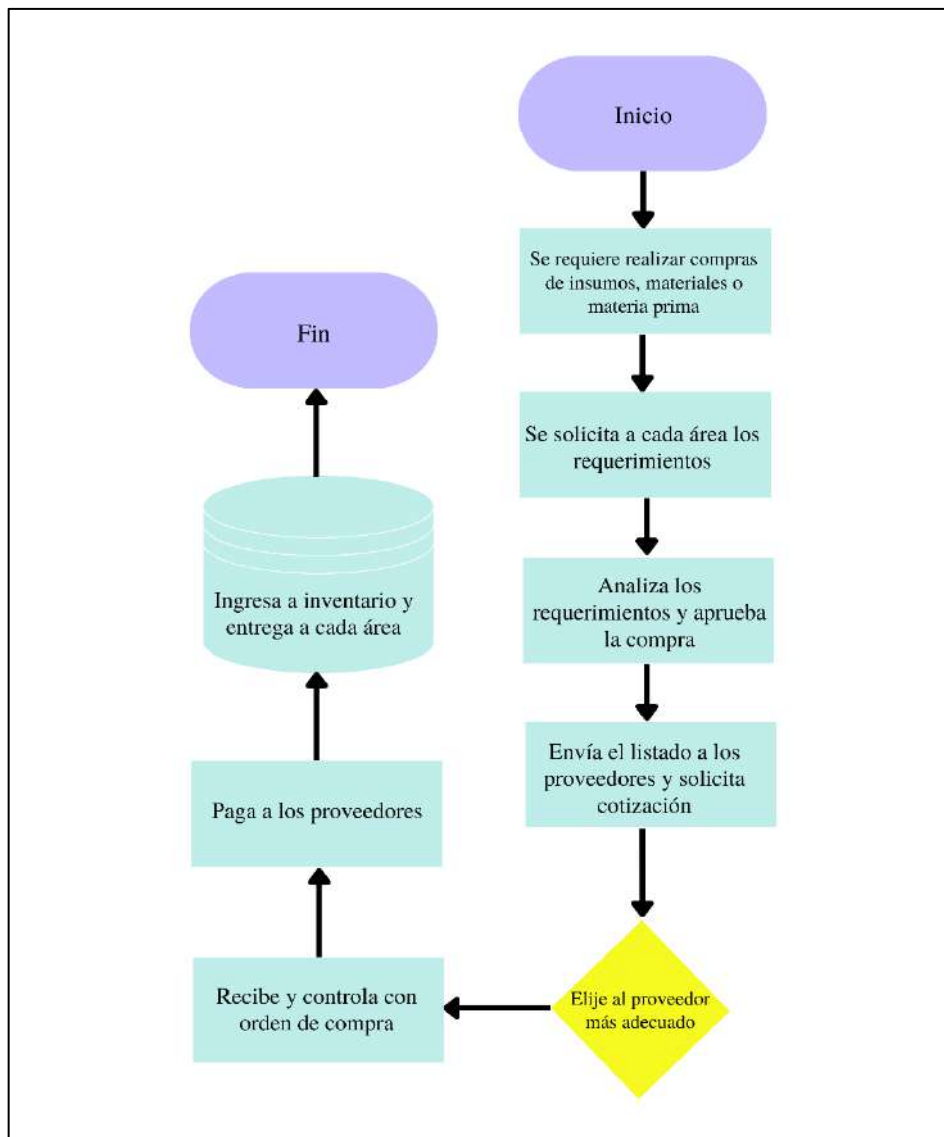


Ilustración 35-4: Flujograma del proceso de compras

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Control de ingresos y egresos (Contador/a)

Procedimiento: Para controlar los ingresos y egresos la contadora deberá solicitar al responsable de compras y recepción un informe de ingresos y egresos, luego, analizar y revisar la información comparando con el registro del sistema en caso de que alguna transacción necesite justificación se solicitará a los responsables el comprobante correspondiente, seguido se realizará las declaraciones y pagos al SRI, se elaborará estados financieros y un informe que será entregado al gerente general para que servirá como insumo para la toma de decisiones.

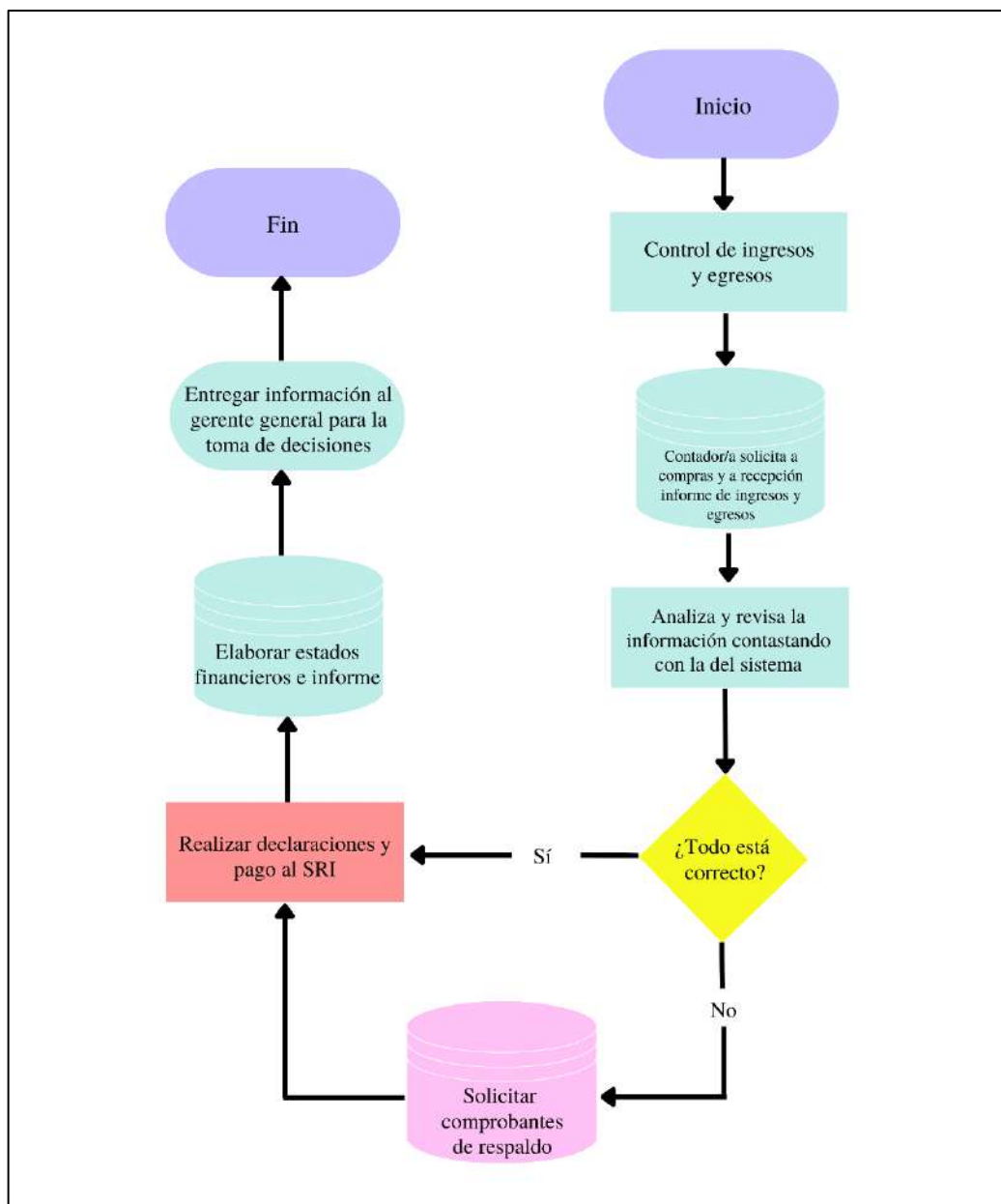


Ilustración 36-4: Flujograma del proceso de control de ingresos y egresos

Realizado por: Escudero, J., 2023

- **Área operativa**

- Reservasiones (Recepcionista)

Procedimiento: el cliente tendrá la facilidad de reservar cualquiera de los servicios del establecimiento de forma presencial o virtual, por lo que, es responsabilidad del encargado de recepción brindar una respuesta inmediata, atendiendo todas las dudas, brindando información o alternativas para cubrir la necesidad y dando seguimiento antes, durante y después de la prestación del servicio.

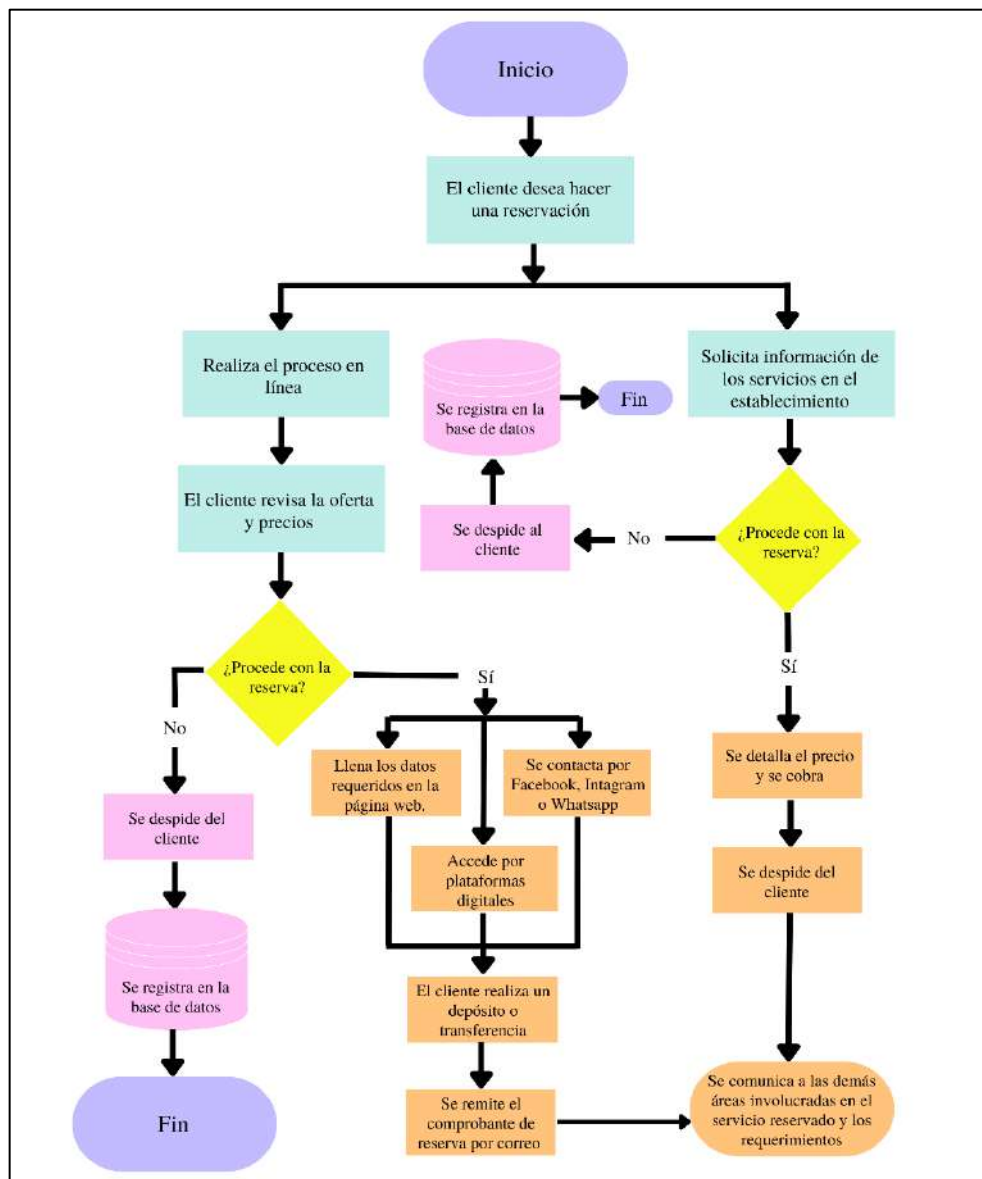


Ilustración 37-4: Flujograma del proceso de reservación de servicios

Realizado por: Escudero, J., 2023

- *Check in y check out* (Recepcionista)

Procedimiento: el recepcionista deberá estar pendiente de la entrada y salida de clientes para atender sus solicitudes, brindarles la mejor atención y así garantizar su satisfacción de inicio a fin.

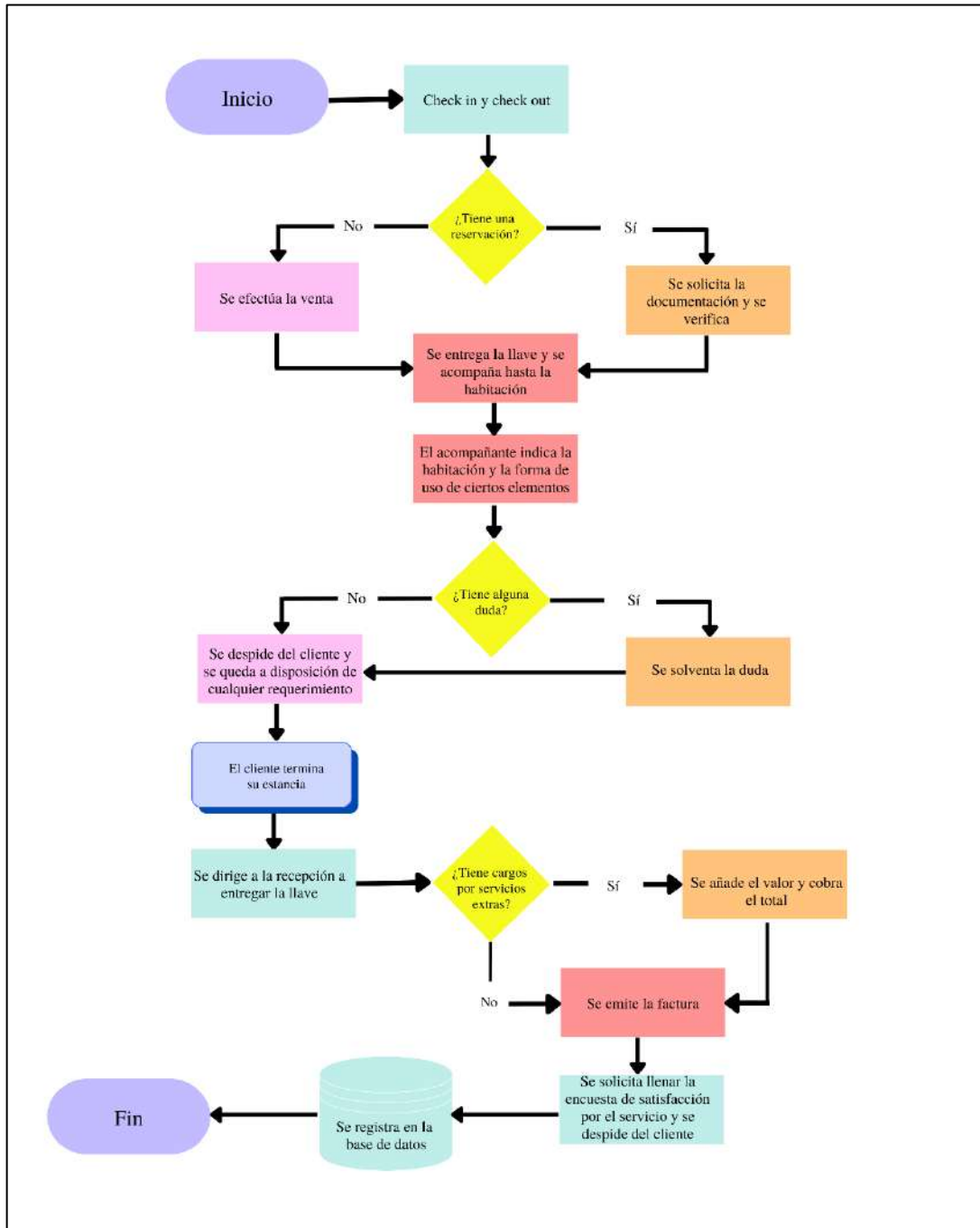


Ilustración 38-4: Flujograma del proceso de *check in y check out*

Realizado por: Escudero, J., 2023

Herramienta operativa: Encuesta de satisfacción por el servicio (Anexo C)

- Atención al cliente en el restaurante o lounge bar (Recepcionista, mesero, chef y bartender)

Procedimiento: Al llegar un cliente al restaurante o lounge bar, la recepcionista le dará la bienvenida y le acompañará hasta una mesa disponible; entonces, el mesero se acercará, entregará el menú y les dará un tiempo para que los comensales decidan.

Cuando el cliente solicite que se le tome la comanda, el mesero reportará al chef y solicitará el tiempo de demora para la preparación y esto se comunicará al cliente. El chef preparará y emplatará la comanda, luego, el mesero servirá el pedido; si el cliente requiere algo adicional se volverá a realizar el proceso hasta cuando el cliente pida la cuenta, donde se solicitará los datos, se emitirá la factura al momento del pago, se solicitará que llenen una encuesta de satisfacción y finalmente, se registrará al cliente en una base de datos.

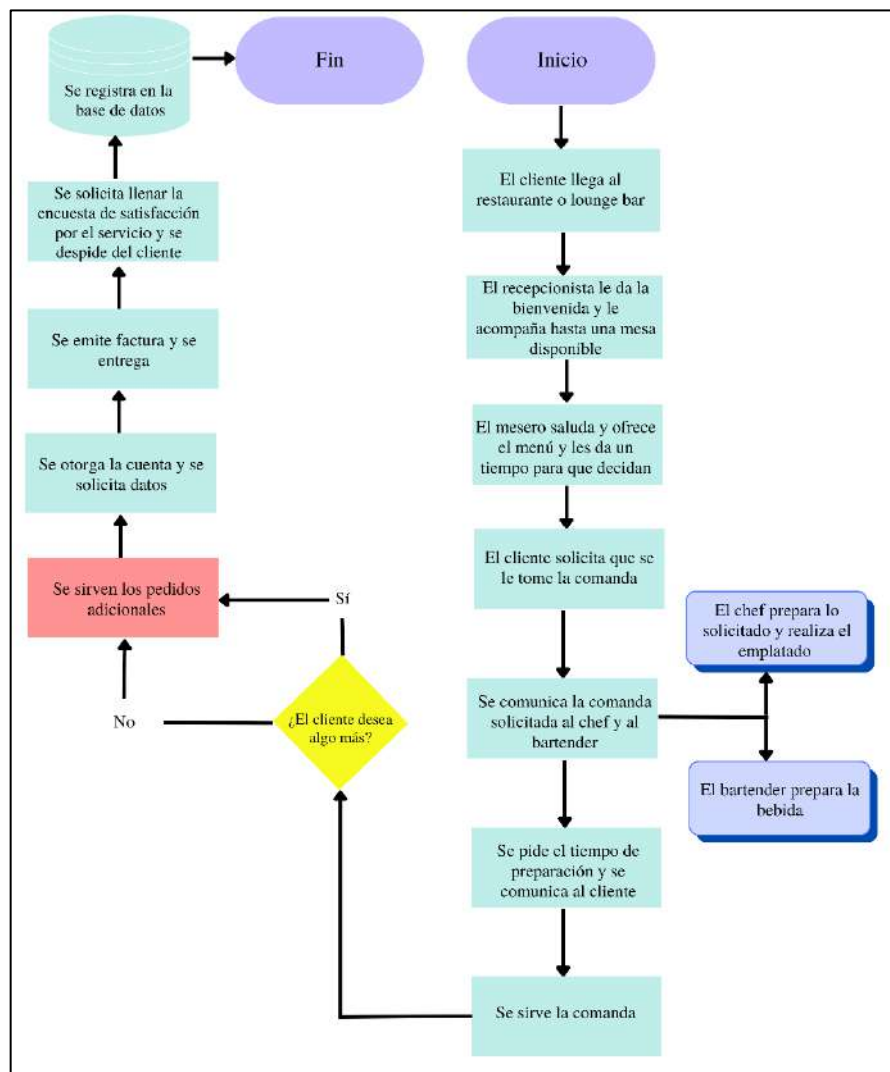


Ilustración 39-4: Flujograma del proceso de atención al cliente: alimentos y bebidas

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Limpieza de habitaciones e instalaciones (Ama de llaves, camarera, encargada de lavandería)

Procedimiento: La ama de llaves será la encargada de distribuir las tareas según la ocupación y reservaciones diarias en el establecimiento, procurando que tanto las habitaciones e instalaciones estén en las condiciones óptimas para recibir a los clientes.

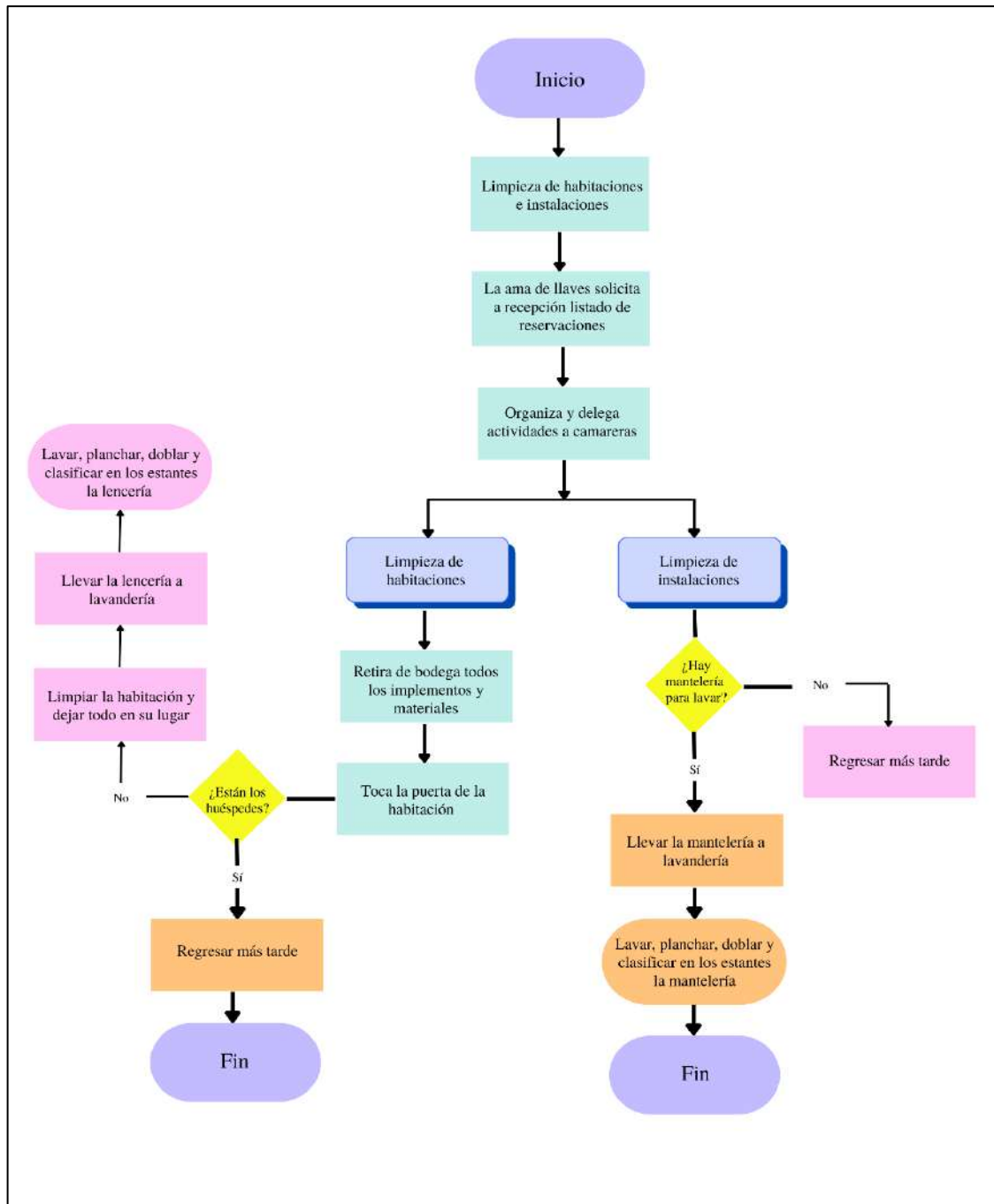


Ilustración 40-4: Flujograma del proceso de limpieza de habitaciones e instalaciones


Realizado por: Escudero, J., 2023

4.4.3. Estudio ambiental

Para precisar los impactos ambientales que podría causar la implementación del Hotel San Rafael, se ha empleado el *check list* expuesto por el Fondo mundial para la naturaleza (Lang, 2008, pp.3-12), con ello, se analizó y evaluó si el proyecto propuesto se desarrollará bajo un enfoque sostenible que proteja y mejore el medio ambiente. Entonces, de los 11 temas propuestos se escogió 4 que tiene estrecha relación con el proyecto.

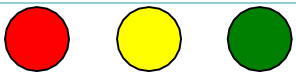
4.4.3.1. Check list

Tabla 80-4: *Check list* desarrollo empresarial

Desarrollo empresarial				
Nº	Pregunta	Si	No	?
1	¿Este proyecto apoya a que las empresas cumplan con la normativa medio ambiental?			
2	¿Este proyecto considera la tecnología más actualizada hasta la fecha en eficiencia energética en la producción?			
3	¿Este proyecto apoya a las empresas a usar más fuentes de energía renovables?			
4	¿Este proyecto apoya a que las empresas utilicen menos recursos naturales como agua, suelo, etc.?			
5	¿Este proyecto tiene en cuenta la tecnología más actualizada hasta la fecha en reciclaje y reducción de residuos?			
6	¿Este proyecto apoyará a las empresas en emitir menos contaminación o sustancias peligrosas a la atmósfera, el agua o el suelo?			
7	¿Este proyecto desarrollará, apoyará o comerciará ecotecnología?			
8	¿Este proyecto fomenta en la red Natura 2000 empresas o actividades que promuevan el desarrollo sostenible en la zona y la protección de los valores ambientales?			
9	¿Esta propuesta incluye estándares que aseguren la procedencia sostenible de todos los bienes, materiales y servicios requeridos?			
10	¿Anima este proyecto al personal de la empresa en el desarrollo, el ensayo o la práctica de medidas de protección ambiental?			
PUNTUACION TOTAL FINAL		7	3	
 <p>Tomando en cuenta los colores del semáforo, donde verde significa que cumple con los requerimientos de sostenibilidad; en el tema de desarrollo empresarial, la implementación del proyecto tendrá 7 puntos positivos y 3 puntos negativos, por lo que, se evidencia un mayor porcentaje de luz verde.</p>				

Realizado por: Escudero, J., 2023

Tabla 81-4: *Check list* construcción: edificios, viviendas

Construcción: edificios, viviendas				
Nº	Pregunta	Si	No	?
1	¿Conseguirá este proyecto un mayor empleo de las fuentes de energía renovables en la edificación y llevará a una construcción con un balance de CO2 neutro o incluso positivo (produciendo energía)?			
2	¿Esta propuesta promueve que aseguren la procedencia sostenible de todos los materiales utilizados y el uso sostenible de los recursos naturales?			
3	¿Pondrá en práctica el proyecto exigencias de eficacia energética por encima del estándar y conducirá a la más alta eficiencia energética posible en lo que respecta a la edificación?			
4	¿Este proyecto también apoyará a los propietarios privados para hacer que sus edificios sean más eficientes energéticamente?			
5	¿Esta propuesta apoyará la puesta en marcha de una auditoria energética para edificios?			
6	¿Se construye en terrenos que previamente estaban ocupados por otro tipo de construcciones (como por ejemplo antiguas zonas industriales) en vez de terrenos que nunca han sido ocupados por estructuras permanentes?			
7	¿Este proyecto ayuda a la gestión de la red Natura 2000 y asegura la no afección negativa a la misma?			
8	¿Esta propuesta ayuda a reducir la expansión incontrolada de las ciudades?			
9	¿Este proyecto está ligado a un concepto de transporte sostenible en vez de llevar a una mayor emisión de CO2?			
10	¿Este proyecto ayudará a servir a su propósito con los impactos del cambio demográfico (menos población en algunas regiones, más población urbana, población más envejecida)?			
PUNTUACION TOTAL FINAL		6	3	1
 <p>Tomando en cuenta los colores del semáforo, donde verde significa que cumple con los requerimientos de sostenibilidad; en el tema de construcción: edificios, viviendas, la implementación del proyecto tendrá 6 puntos positivos y 3 puntos negativos, por lo que, se evidencia un mayor porcentaje de luz verde.</p>				




Realizado por: Escudero, J., 2023

Tabla 82-4: *Check list* eficiencia energética

Eficiencia energética				
Nº	Pregunta	Si	No	?
1	¿Este proyecto apoyará la eficiencia energética en edificios públicos y hogares?			
2	¿Este proyecto crea impuestos, créditos o instrumentos políticos para alcanzar una mayor eficiencia energética a largo plazo?			
3	¿Este proyecto aumenta la eficiencia energética de los servicios públicos de transporte?			
4	¿Este proyecto desarrolla la eficiencia energética en servicios públicos como el alumbrado?			
5	¿Este proyecto lleva a una mayor eficiencia en el suministro energético y/o en el transporte de energía?			
6	¿Apoya este proyecto la introducción de un plan de auditoria en eficiencia energética?			
7	¿Este proyecto apoya los criterios de eficiencia energética?			
8	¿Incluye este proyecto un aspecto de concienciación para educar a los usuarios finales en medidas de ahorro energético?			
9	¿Este proyecto forma a los sectores sociales implicados de cierta relevancia en la tecnología de la eficiencia energética?			
10	¿Este proyecto incluye un plan para ayudar a los propietarios privados a invertir en eficiencia energética en sus hogares?			
PUNTUACION TOTAL FINAL		5	5	
<div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center; gap: 20px;"> ● ● ● </div> <p>Tomando en cuenta los colores del semáforo, donde verde significa que cumple con los requerimientos de sostenibilidad; en el tema de eficiencia energética, la implementación del proyecto tendrá 5 puntos positivos y 5 puntos negativos, por lo que, se evidencia igual porcentaje de luz verde y roja.</p>				

Realizado por: Escudero, J., 2023

Tabla 83-4: *Check list* residuos

Residuos				
Nº	Pregunta	Si	No	?
1	¿La propuesta considera otras formas de tratamientos de residuos que los vertederos o la incineración?			
2	¿Este proyecto reducirá la cantidad de residuos que se envían a los vertederos?			
3	¿Es este proyecto parte de una estrategia de reciclaje más amplia?			
4	¿Este proyecto también contiene un elemento de prevención de formación de residuos desde su inicio?			
5	¿En este proyecto se contiene un elemento para cambiar las prácticas de la producción y/o del ciclo de venta para hacer que los residuos se puedan reciclar más fácilmente?			
6	¿Este proyecto considera una actividad de cambio de prácticas en la producción industrial para alcanzar un “ciclo cerrado” de tratamiento de residuos?			
7	¿Este proyecto apoya la aplicación del principio de “el que contamina paga en el sector del reciclaje”?			
8	¿Este proyecto ha conseguido algún tipo de cooperación con el sector privado?			
9	¿Este proyecto respalda que se eviten o se reciclen los residuos en los hogares?			
10	¿Este proyecto considera elementos de concienciación sobre la prevención de la formación de residuos y el reciclaje?			
PUNTUACION TOTAL FINAL		5	4	1
<div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center; gap: 20px;"> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> </div> <p>Tomando en cuenta los colores del semáforo, donde verde significa que cumple con los requerimientos de sostenibilidad; en el tema de residuos, la implementación del proyecto tendrá 5 puntos positivos y 4 puntos negativos, por lo que, se evidencia un mayor porcentaje de luz verde.</p>				

Realizado por: Escudero, J., 2023

Considerando los 4 temas en conjunto, se determina que la ejecución del proyecto tendrá 23 puntos positivos y 15 puntos negativos; es decir, en mayor porcentaje los primeros, esto en vista de que, tanto la implementación, como el funcionamiento del Hotel San Rafael se orientará a tener responsabilidad ambiental evitando causar impactos negativos que puedan alterar al ambiente y más bien, practicando el aprovechamiento sostenible de los recursos que se utilicen para la puesta en marcha del establecimiento.

4.4.3.2. Plan de mitigación

Tabla 84-4: Plan de mitigación

Tema	Medida	Efecto esperado	Lugar	Responsable		Ejecución		Observación	Presupuesto
				Ejecutor	Control	Momento	Frecuencia		
Desarrollo empresarial	Gestionar capacitaciones de concienciación ambiental dentro del establecimiento y en unidades educativas aledañas al hotel	Que desde las generaciones más jóvenes practiquen actividades relacionadas a la conservación ambiental desde los espacios donde se desempeñan	Instalaciones del hotel Unidades educativas cercanas al hotel	Responsable de talento humano	Gerente general	Operación del proyecto	Una vez al año		\$ 150,00
Construcción: edificios, viviendas	Reutilizar materiales de construcción	Disminución de desechos inorgánicos	Instalaciones del hotel	Gerente general	Gerente general	Construcción	Cada vez que se efectúen actividades de construcción o remodelación		-
Eficiencia energética	Desenchufar y apagar todos los artefactos electrónicos que no se estén usando	Disminución del consumo de energía eléctrica	Todas las áreas del hotel	Responsable de cada área del establecimiento	Gerente general	Operación del proyecto	Siempre		-
Residuos	Adquirir productos ecológicos para envasar <i>amenities</i> y otros elementos	Disminución de desechos	Todas las áreas del hotel	Responsable de compras	Gerente general	Operación del proyecto	Siempre		\$ 250,00
Total general									\$400,00

Realizado por: Escudero, J., 2023

4.4.4. Estudio económico – financiero

4.4.4.1. Estudio económico

El análisis económico es sustancial para conocer si el proyecto será o no rentable, su solvencia y para tomar decisiones correctivas en caso de riesgo, de modo que, es preciso indicar los valores monetarios para los componentes que incluye la ejecución del proyecto.

- Inversiones

El valor total de la inversión comprende la sumatoria de los activos fijos, activos diferidos, y capital de trabajo, estos son los requerimientos para todo el proyecto.

Tabla 85-4: Inversión total

Denominación	Inversión
ACTIVOS FIJOS	\$ 301.181,30
Construcciones y edificaciones	\$ 259.833,00
Maquinaria y equipo	\$ 16.790,00
Equipo de cómputo	\$ 2.275,00
Muebles y enseres	\$ 11.320,00
Menaje	\$ 7.755,30
Insumos	\$ 3.208,00
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 9.138,01
Promoción y publicidad	\$ 850,00
Permisos de funcionamiento	\$ 84,76
Plan de manejo ambiental	\$ 400,00
Gastos financieros	\$ 7.803,25
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 36.293,16
Sueldos y salarios	\$ 9.538,47
Mano de obra directa	\$ 15.449,69
Materia prima	\$ 9.013,00
Servicios básicos	\$ 2.292,00
TOTAL	\$ 346.612,46

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Fuentes de financiamiento

Las fuentes de financiamiento se fijan según los rubros que se podrían cubrir con recursos propios o a la vez, optar por un préstamo en una entidad financiera.

Tabla 86-4: Fuentes de financiamiento

Propio	Préstamo
\$ 250.000,00	\$ 51.181,30
\$ 230.000,00	\$ 29.833,00
\$ 10.000,00	\$ 6.790,00
	\$ 2.275,00
\$ 10.000,00	\$ 1.320,00
	\$ 7.755,30
	\$ 3.208,00
\$ 5.996,87	\$ 850,00
	\$ 850,00
\$ 84,76	
\$ 400,00	
\$ 7.803,25	
\$ 10.292,00	\$ 26.001,16
	\$ 9.538,47
\$ 8.000,00	\$ 7.449,69
	\$ 9.013,00
\$ 2.292,00	
\$ 268.580,01	\$ 78.032,46

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Amortizaciones de la deuda

Para calcular la amortización de la deuda se ha utilizado los siguientes datos:

- **Capital adeudado (C):** \$ 78.032,46
- **Años del proyecto (t):** 5
- **Tasa nominal unitaria (j):** 10% (tasa de interés de créditos productivos para pymes CFN).
- **Periodos de capitalización (m):** 12
- **Tasa efectiva (i):** 0,008
- **Numero de periodos de pago (n):** 60

Tabla 87-4: Amortizaciones de la deuda

AÑO	PRESTAMO CAPITAL	CAPITAL A PAGAR	SALDO	INTERES	CUOTA
1	\$ 78.032,46	\$ 15.606,49	\$ 62.425,96	\$ 7.803,25	\$ 23.409,74
2	\$ 62.425,96	\$ 15.606,49	\$ 46.819,47	\$ 6.242,60	\$ 21.849,09
3	\$ 46.819,47	\$ 15.606,49	\$ 31.212,98	\$ 4.681,95	\$ 20.288,44
4	\$ 31.212,98	\$ 15.606,49	\$ 15.606,49	\$ 3.121,30	\$ 18.727,79
5	\$ 15.606,49	\$ 15.606,49	\$ 0,00	\$ 1.560,65	\$ 17.167,14

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Depreciación de activos fijos

La depreciación de activos fijos revela la vida útil y el valor monetario de los elementos; considerando la reglamentación sobre los años de vida útil de los activos, a continuación, se presentan los resultados:

Tabla 88-4: Depreciación de activos fijos

DENOMINACIÓN	VALOR BIEN	DEPRECIACIÓN POR LEY	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN EN EL PROYECTO	VALOR DE SALVAMENTO
Construcciones y edificaciones	\$ 259.833,00	20	\$ 12.991,65	\$ 64.958,25	\$ 194.874,75
Maquinaria y equipo	\$ 16.790,00	10	\$ 1.679,00	\$ 8.395,00	\$ 8.395,00
Equipo de cómputo	\$ 2.275,00	3	\$ 758,33	\$ 3.791,67	\$ 0,00
Muebles y enseres	\$ 11.320,00	10	\$ 1.132,00	\$ 5.660,00	\$ 5.660,00
Menaje	\$ 7.755,30	5	\$ 1.551,06	\$ 7.755,30	\$ 0,00
Insumos	\$ 3.208,00	1	\$ 3.208,00	\$ 16.040,00	\$ 0,00
TOTAL	\$ 301.181,30		\$ 21.320,04	\$ 106.600,22	\$ 208.929,75

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Amortización de activos diferidos

La amortización evidencia el valor monetario perteneciente a la repartición de los costos de activos diferidos para el tiempo de duración del proyecto.

Tabla 89-4: Amortización de activos diferidos

0	1	2	3	4	5
\$ 9.138,01	\$ 1.827,60	\$ 1.827,60	\$ 1.827,60	\$ 1.827,60	\$ 1.827,60

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Estructura de costos y gastos

La estructura de costos y gastos muestra los costos de inversión y el aumento que tendrán en el tiempo de duración del proyecto.

Tabla 90-4: Estructura de costos y gastos

Denominación	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
Costos de producción						
Mano de obra directa	\$ 15.449,69	\$ 16.067,67	\$ 17.378,80	\$ 19.548,78	\$ 22.869,31	\$ 27.824,01
Materia prima	\$ 9.013,00	\$ 9.373,52	\$ 10.138,40	\$ 11.404,32	\$ 13.341,44	\$ 16.231,90
Insumos	\$ 3.208,00	\$ 3.336,32	\$ 3.608,56	\$ 4.059,14	\$ 4.748,62	\$ 5.777,43
	\$ 27.670,69	\$ 28.777,51	\$ 31.125,76	\$ 35.012,25	\$ 40.959,38	\$ 49.833,34
Gastos administrativos						
Sueldos y salarios	\$ 9.538,47	\$ 9.920,01	\$ 10.729,48	\$ 12.069,21	\$ 14.119,26	\$ 17.178,24
Servicios básicos	\$ 2.292,00	\$ 2.383,68	\$ 2.578,19	\$ 2.900,11	\$ 3.392,72	\$ 4.127,76
Permisos de funcionamiento	\$ 84,76	\$ 88,15	\$ 95,34	\$ 107,25	\$ 125,47	\$ 152,65
Depreciaciones	\$ 0,00	\$ 21.320,04	\$ 21.320,04	\$ 21.320,04	\$ 21.320,04	\$ 21.320,04
	\$ 11.915,23	\$ 33.711,88	\$ 34.723,06	\$ 36.396,61	\$ 38.957,49	\$ 42.778,70
Gastos en ventas						
Promocion y publicidad	\$ 850,00	\$ 884,00	\$ 956,13	\$ 1.075,52	\$ 1.258,21	\$ 1.530,80
	\$ 850,00	\$ 884,00	\$ 956,13	\$ 1.075,52	\$ 1.258,21	\$ 1.530,80
Gastos Financieros	\$ 0,00	\$ 6.242,60	\$ 4.681,95	\$ 3.121,30	\$ 1.560,65	\$ 0,00
Total	\$ 40.435,92	\$ 69.615,99	\$ 71.486,90	\$ 75.605,67	\$ 82.735,73	\$ 94.142,84

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Ingresos

Los ingresos se calcularon tomando en consideración los 13 productos que se ofertarán en las distintas áreas y su precio de venta respectivo, en la tabla 91-4 se muestran los resultados:

Tabla 91-4: Ingresos

Denomination	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
ALOJAMIENTO						
Simple	17	17	18	19	20	20
Precio	\$ 50,00	\$ 52,00	\$ 56,24	\$ 63,26	\$ 74,01	\$ 90,04
Subtotal 1	\$ 850,00	\$ 884,00	\$ 1.012,32	\$ 1.201,94	\$ 1.480,20	\$ 1.800,80
Doble	92	96	99	103	107	112
Precio	\$ 90,00	\$ 126,00	\$ 136,28	\$ 153,30	\$ 179,34	\$ 218,19
Subtotal 2	\$ 8.280,00	\$ 12.096,00	\$ 13.491,72	\$ 15.789,90	\$ 19.189,38	\$ 24.437,28
Triple	242	252	262	272	283	295
Precio	\$ 120,00	\$ 124,80	\$ 134,98	\$ 151,83	\$ 177,62	\$ 216,10
Subtotal 3	\$ 29.040,00	\$ 31.449,60	\$ 35.364,76	\$ 41.297,76	\$ 50.266,46	\$ 63.749,50
Matrimonial	67	69	72	75	78	81
Precio	\$ 140,00	\$ 145,60	\$ 157,48	\$ 177,14	\$ 207,23	\$ 252,13
Subtotal 4	\$ 9.380,00	\$ 10.046,40	\$ 11.338,56	\$ 13.285,50	\$ 16.163,94	\$ 20.422,53
ALIMENTOS Y BEBIDAS						
Alimentos y bebidas (Restaurante y lounge bar)	507	527	548	570	593	617
Precio	\$ 12,00	\$ 12,48	\$ 13,50	\$ 15,19	\$ 17,77	\$ 21,62
Subtotal 5	\$ 6.084,00	\$ 6.576,96	\$ 7.398,00	\$ 8.658,30	\$ 10.537,61	\$ 13.339,54
EXPERIENCIAS COMPLEMENTARIAS						
Cocina con el chef	68	71	77	87	102	124
Precio	\$ 19,50	\$ 20,28	\$ 21,93	\$ 24,67	\$ 28,86	\$ 35,11
Subtotal 6	\$ 1.326,00	\$ 1.439,88	\$ 1.688,61	\$ 2.146,29	\$ 2.943,72	\$ 4.353,64
Manos mágicas	22	23	25	28	33	40
Precio	\$ 10,25	\$ 10,66	\$ 11,53	\$ 12,97	\$ 15,17	\$ 18,46
Subtotal 7	\$ 225,50	\$ 245,18	\$ 288,25	\$ 363,16	\$ 500,61	\$ 738,40

Visita al local de venta de cholas en Guano	22	23	25	28	33	40
Precio	\$ 12,00	\$ 12,48	\$ 13,50	\$ 15,19	\$ 17,77	\$ 21,62
Subtotal 8	\$ 264,00	\$ 287,04	\$ 337,50	\$ 425,32	\$ 586,41	\$ 864,80
Demostración de la elaboración de alfombras en Guano	22	23	25	28	33	40
Precio	\$ 12,00	\$ 12,48	\$ 13,50	\$ 15,19	\$ 17,77	\$ 21,62
Subtotal 9	\$ 264,00	\$ 287,04	\$ 337,50	\$ 425,32	\$ 586,41	\$ 864,80
PAQUETES						
Escape mágico (familiar)	242	252	262	272	283	295
Precio	\$ 87,00	\$ 90,48	\$ 97,86	\$ 110,08	\$ 128,78	\$ 156,68
Subtotal 10	\$ 21.054,00	\$ 22.800,96	\$ 25.639,32	\$ 29.941,76	\$ 36.444,74	\$ 46.220,60
Entre magia y primicias (amigos)	92	96	99	103	107	112
Precio	\$ 55,00	\$ 57,20	\$ 61,87	\$ 69,60	\$ 81,42	\$ 99,06
Subtotal 11	\$ 5.060,00	\$ 5.491,20	\$ 6.125,13	\$ 7.168,80	\$ 8.711,94	\$ 11.094,72
Romance y tradición (parejas)	67	69	72	75	78	81
Precio	\$ 126,00	\$ 131,04	\$ 141,73	\$ 159,43	\$ 186,51	\$ 226,92
Subtotal 12	\$ 8.442,00	\$ 9.041,76	\$ 10.204,56	\$ 11.957,25	\$ 14.547,78	\$ 18.380,52
Ciudad <i>express</i> (individual)	17	17	18	19	20	20
Precio	\$ 43,00	\$ 46,51	\$ 50,31	\$ 56,59	\$ 66,20	\$ 80,54
Subtotal 13	\$ 731,00	\$ 790,67	\$ 905,58	\$ 1.075,21	\$ 1.324,00	\$ 1.610,80
TOTAL	\$ 91.000,50	\$ 101.436,69	\$ 114.131,81	\$ 133.736,51	\$ 163.283,20	\$ 207.877,93

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Estado de resultados

En el estado de resultados se refleja la cantidad monetaria que se conseguirá como utilidad neta una vez restados los valores de producción, administración, utilidades, impuestos, en la tabla 92-4 se constata la utilidad neta de los cinco años del proyecto, esta es positiva y va en crecimiento.

Tabla 92-4: Estado de resultados

DENOMINACIÓN	AÑO					
	INVERSION	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 91.000,50	\$ 101.436,69	\$ 114.131,81	\$ 133.736,51	\$ 163.283,20	\$ 207.877,93
Costos de producción	\$ 27.670,69	\$ 28.777,51	\$ 31.125,76	\$ 35.012,25	\$ 40.959,38	\$ 49.833,34
Utilidad bruta	\$ 63.329,81	\$ 72.659,18	\$ 83.006,05	\$ 98.724,26	\$ 122.323,82	\$ 158.044,59
Gastos administrativos	\$ 11.915,23	\$ 33.711,88	\$ 34.723,06	\$ 36.396,61	\$ 38.957,49	\$ 42.778,70
Gastos de ventas	\$ 850,00	\$ 884,00	\$ 956,13	\$ 1.075,52	\$ 1.258,21	\$ 1.530,80
Utilidad operativa	\$ 50.564,58	\$ 38.063,29	\$ 47.326,86	\$ 61.252,13	\$ 82.108,12	\$ 113.735,09
Gastos financieros	\$ 0,00	\$ 6.242,60	\$ 4.681,95	\$ 3.121,30	\$ 1.560,65	\$ 0,00
Utilidad antes de impuestos y repartición de beneficios	\$ 50.564,58	\$ 31.820,70	\$ 42.644,91	\$ 58.130,84	\$ 80.547,47	\$ 113.735,09
Impuestos 25%	\$ 12.641,15	\$ 7.955,17	\$ 10.661,23	\$ 14.532,71	\$ 20.136,87	\$ 28.433,77
Utilidad antes de repartición de utilidades	\$ 37.923,44	\$ 23.865,52	\$ 31.983,68	\$ 43.598,13	\$ 60.410,61	\$ 85.301,31
Repartición de utilidades 15%	\$ 5.688,52	\$ 3.579,83	\$ 4.797,55	\$ 6.539,72	\$ 9.061,59	\$ 12.795,20
Utilidad neta	\$ 32.234,92	\$ 20.285,69	\$ 27.186,13	\$ 37.058,41	\$ 51.349,01	\$ 72.506,12

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Punto de equilibrio

Para establecer el punto de equilibrio de la producción del establecimiento, primero, se identificaron los costos fijos y costos variables de la estructura de costos y gastos.

Tabla 93-4: Costos fijos y costos variable

Denominación	AÑO						C. Fijos	C. Variables
	0	1	2	3	4	5		
Costos de producción								
Mano de obra directa	\$ 15.449,69	\$ 16.067,67	\$ 17.378,80	\$ 19.548,78	\$ 22.869,31	\$ 27.824,01	\$ 15.449,69	
Materia prima	\$ 9.013,00	\$ 9.373,52	\$ 10.138,40	\$ 11.404,32	\$ 13.341,44	\$ 16.231,90		\$ 9.013,00
Insumos	\$ 3.208,00	\$ 3.336,32	\$ 3.608,56	\$ 4.059,14	\$ 4.748,62	\$ 5.777,43		\$ 3.208,00
	\$ 27.670,69	\$ 28.777,51	\$ 31.125,76	\$ 35.012,25	\$ 40.959,38	\$ 49.833,34		
Gastos administrativos								
Sueldos y salarios	\$ 9.538,47	\$ 9.920,01	\$ 10.729,48	\$ 12.069,21	\$ 14.119,26	\$ 17.178,24	\$ 95.38,47	
Servicios básicos	\$ 2.292,00	\$ 2.383,68	\$ 2.578,19	\$ 2.900,11	\$ 3.392,72	\$ 4.127,76	\$ 22.92,00	
Permisos de funcionamiento	\$ 84,76	\$ 88,15	\$ 95,34	\$ 107,25	\$ 125,47	\$ 152,65	\$ 8,476	
Depreciaciones	\$ 0,00	\$ 21.320,04	\$ 21.320,04	\$ 21.320,04	\$ 21.320,04	\$ 21.320,04	\$ 0,00	
	\$ 11.915,23	\$ 33.711,88	\$ 34.723,06	\$ 36.396,61	\$ 38.957,49	\$ 42.778,70		
Gastos en ventas								
Promocion y publicidad	\$ 850,00	\$ 884,00	\$ 956,13	\$ 1.075,52	\$ 1.258,21	\$ 1.530,80	\$ 850,00	
	\$ 850,00	\$ 884,00	\$ 956,13	\$ 1.075,52	\$ 1.258,21	\$ 1.530,80		
Gastos Financieros	0,00	6242,60	4681,95	3121,30	1560,65	0,00		
Total	\$ 40.435,92	\$ 69.615,99	\$ 71.486,90	\$ 75.605,67	\$ 82.735,73	\$ 94.142,84	\$ 28.214,92	\$ 12.221,00

Realizado por: Escudero, J., 2023

Tabla 94-4: Punto de equilibrio

Rubro	Detalle
Costos fijos totales	\$ 28.214,92
Costos variables	\$ 12.221,00
Unidades a producir	1529
Precio de mercado	\$ 64,77
QE = punto de equilibrio para las unidades a producir	497
YE = Punto de equilibrio para los ingresos	\$ 28.217,19
PE = Precio de equilibrio	\$ 26,45
MG = margen de ganancia	\$ 38,32
U = porcentaje de producción	0,33

Realizado por: Escudero, J., 2023

Los resultados del cálculo de punto de equilibrio indican que el establecimiento deberá vender 1529 veces los productos ofertados para obtener \$ 28.217,19 de ingresos para no ganar ni perder en la operación, de igual manera, se define un precio de equilibrio de \$ 26,45 de la cantidad mencionada para obtener un margen de ganancia de \$ 38,32, todo eso resultado de un porcentaje de producción del 33%.

Para efecto de conocer el porcentaje de ocupación de habitaciones, se utilizó la siguiente fórmula:

$$\frac{\text{Total de habitaciones ocupadas} \times 100}{\text{Total de habitaciones para la venta}}$$

De esta manera se obtuvo que para el año 1 de operación el porcentaje de ocupación anual de habitaciones es del 12%.

- Flujo de caja

El flujo de caja resume y contrasta valores de inversión, depreciación y utilidades para demostrar la factibilidad económica del proyecto ya que las cifras son positivas y favorables desde el año 1 hasta el año 5.

Tabla 95-4: Flujo de caja

DENOMINACION	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
Inversiones	\$ 346.612,46					
Valor de salvamento						\$ 208.929,75
Capital de trabajo						\$ 36.293,16
Utilidad neta		\$ 20.285,69	\$ 27.186,13	\$ 37.058,41	\$ 51.349,01	\$ 72.506,12
Depreciaciones		\$ 21.320,04	\$ 21.320,04	\$ 21.320,04	\$ 21.320,04	\$ 21.320,04
Flujo de caja	-\$ 346.612,46	\$ 41.605,74	\$ 48.506,18	\$ 58.378,45	\$ 72.669,06	\$ 339.049,07
Factor de actualización	1,00	0,96	0,92	0,89	0,85	0,82
Flujo de caja actualizado	-\$ 346.612,46	\$ 40.005,52	\$ 44.846,69	\$ 51.898,23	\$ 62.117,82	\$ 278.673,62
Sumatorias			\$ 84.852,20	\$ 136.750,43	\$ 198.868,25	\$ 477.541,87

Realizado por: Escudero, J., 2023

4.4.4.2. Estudio financiero

Para efectuar el análisis financiero se empleó el cálculo de cuatro ratios financieros que determinan la viabilidad del proyecto, este apartado es importante, ya que, los inversionistas podrán visualizar la probabilidad más segura de cómo el dinero generará pérdidas o ganancias al momento de invertir. En la tabla 96-4 se presentan los resultados de los ratios financieros.

Tabla 96-4: Ratios financieros

Ratio financiero	Resultado
Periodo de recuperación del capital	Año 5
Relación beneficio – costo	\$ 1,38
Valor actual neto	\$ 107.501,80
Tasa interna de retorno	13%

Realizado por: Escudero, J., 2023

- Periodo de recuperación de capital (PRC)

Este ratio indica el tiempo en el que se recuperará el capital inicial invertido, para eso se debe comparar la cantidad de la inversión frente a los resultados de las sumatorias del flujo de caja actualizado. En este caso, la inversión inicial es de \$ 346.612,46 y considerando la información el flujo de caja, el capital se recuperará en el año cinco, ya que, se tendrá \$ 477.541,87.

- Relación beneficio costo (RBC)

Para calcular este ratio se divide la suma final del flujo de caja para el total de la inversión inicial cuyo resultado indicará la cantidad monetaria de retorno por cada dólar de inversión, en este caso, por cada dólar invertido se tendrá un beneficio de \$ 1,38.

- Valor actual neto (VAN)

Este ratio consiste en calcular la diferencia entre los pagos, cobros e inversión lo que dará como resultado el valor restante del ejercicio, en este caso, el proyecto se considera viable ya que se ha definido un valor de \$ 107.501,80.

- Tasa interna de retorno (TIR)

Indica el porcentaje de ganancias que generará la inversión, en este caso, se puede decir que el proyecto es viable ya que la inversión generará ganancias de hasta el 13%.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- El estudio de mercado realizado indica que en el cantón Riobamba existen seis establecimientos de alojamiento turístico registrados como hoteles tres estrellas, mientras que, en el cantón Guano ninguno, por este motivo, y debido a su cercanía el segundo cantón mencionado representa un potencial mercado para captar clientes para el Hotel San Rafael.
- El estudio de la demanda precisa que existe un potente nicho de mercado a captar con una capacidad de gasto promedio de \$ 30,00 o hasta más de \$ 120,00 por día, que pernoctan una o dos noches, de modo que, los valores establecidos para los servicios están en estos rangos; para el año uno de operación el hotel se proyecta a recibir a 1.551 pax.
- En el diseño técnico se planteó una experiencia complementaria de tipo gastronómico y tres culturales – educativas, así también, se elaboraron cuatro paquetes turísticos, esto quiere decir que a medida que pase el tiempo se deberá actualizar para satisfacer las necesidades de la nueva demanda.
- Las estrategias de comercialización se establecieron considerando las 4C del marketing, estas forman parte del proceso de implementación del establecimiento, previo a su funcionamiento.
- El estudio de tipo legal identifica la necesidad que tienen los establecimientos de alojamiento de cumplir con el registro en el Ministerio de Turismo con la finalidad de garantizar bajo la aplicación de normativa técnica la calidad del servicio que ofertan y, además, recibir los beneficios que esto involucra.
- El estudio administrativo determina que el capital humano requerido para la operación del hotel contribuirá en elevar la oferta laboral para profesionales del ámbito turístico y de otras áreas, así como, en reducir la brecha del desempleo a nivel local.
- El estudio ambiental evidenció que el proyecto en este aspecto es viable, porque se obtuvo una valoración de 23 puntos positivos frente a 15 negativos lo cual es favorable, adicionalmente,

se elaboró un plan de mitigación ambiental con la intención de potenciar aún más los impactos positivos en la ejecución del proyecto.

- El estudio económico reflejó la viabilidad del proyecto, considerando una inversión inicial de \$ 346.612,46, con 13 productos a ofertar, teniendo ingresos positivos desde el primer año de operación, con un precio de equilibrio de \$ 26,45 una vez vendido 1.529 productos.
- El cálculo de ratios financieros demostró una RBC de \$ 1,38 por cada dólar de inversión, VAN de \$ 107.501,80, TIR del 13% y la recuperación del capital invertido en el año cinco de operación lo que deduce que el proyecto es financieramente viable.

5.2. Recomendaciones

- Realizar estudios de mercado periódicamente para analizar la evolución de la demanda y de esta forma crear productos innovadores que satisfagan sus necesidades y sobre todo que supere sus expectativas.
- Negociar directamente con los productores agrícolas locales para en conjunto definir precios fijos, con lo que se beneficiará a las dos partes, ya que, ninguno estará con la incertidumbre de los constantes cambios del mercado.
- Identificar y ejecutar nuevas estrategias de difusión y promoción según las tendencias que surjan al pasar el tiempo para así conseguir una alta ocupación en los servicios del hotel, garantizando perdurar en el tiempo.
- En los primeros años de operación del Hotel San Rafael, necesitará para el área administrativa al gerente y para el área operativa a la ama de llaves, chef y mesero, esto con el objetivo sostener el negocio reduciendo los costos de producción, luego, ya una vez superado la demanda objetivo para esos años de operación se podrá incrementar el número de colaboradores.
- Agregar acciones de recompensas e incentivos para los colaboradores con propuestas que surjan de ellos mismos, para lograr afianzar su compromiso con el establecimiento y contribuir tanto a su desarrollo personal como profesional.
- Actualizar el estudio económico – financiero con los valores monetarios de la época en la que se vaya a poner en funcionamiento, para así, determinar el precio de los productos que se ofertarán en el mercado.
- Proponer nuevos negocios afines o complementarios según las necesidades de los clientes para expandir y posicionar a la marca a nivel local y nacional.

GLOSARIO

PIB: Producto interno bruto

MINTUR: Ministerio de Turismo del Ecuador.

GAD-M Riobamba: Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Riobamba.

PDOT: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.

CFN: Corporación Financiera Nacional.

PAX: clientes y huéspedes.

BIBLIOGRAFÍA

ALONSO-GONZALEZ, A. Nuevas Tendencias del Marketing en las Ciencias Económicas y Administrativas. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración* [en línea], 2017, (Colombia) XIII(25), p. 5. [Consulta: 5 diciembre 2022]. ISSN 1900-5016. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409655122001>

ALVES, C. & BARCELLOS, R. Hospitalidad, emociones y experiencias en los servicios turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo* [en línea], 2019, (Argentina) 28(2), pp. 295-296. [Consulta: 30 septiembre 2022]. ISSN: 0327-5841; ISSN: 1851-1732. Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/1807/180760431003/180760431003.pdf>

ANDÍA, W. Los Estudios de Impacto Ambiental y su Implicancia en las Inversiones de los Proyectos. *Industrial Data* [en línea], 2012, (Perú) 15(2), p. 18. [Consulta: 5 diciembre 2022]. ISSN: 1560-9146. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/816/81629470003.pdf>

ASANZA, M.; et al. Manual de procedimiento de la empresa. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales* [en línea], 2016, (Ecuador), p. 7. [Consulta: 5 diciembre 2022]. ISSN 2254-7630. Disponible en: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2016/11/manual.zip>

BERRONES, J. Estudio de Mercado para el Programa de producción, transformación, comercialización y promoción del consumo de la quinua y sus derivados [en línea] (Trabajo de titulación). (Pregrado) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Carrera de Administración de Empresas, Riobamba - Ecuador. 2019. p. 7. [Consulta: 27 noviembre 2022]. Disponible en: <http://dspace.espech.edu.ec/bitstream/123456789/13537/1/12T01323.pdf>

BOULLÓN, R. *Planificación del Espacio Turístico* [en línea]. Cuarta edición. México: Editorial Trillas, 2006. [Consulta: 27 noviembre 2022]. Disponible en: https://www.academia.edu/download/38697008/LIBRO_DE_PLANIFICACION-DEL-ESPACIO-TURISTICO.pdf

BROWN, T. Design Thinking. *Harvard Business School Publishing Corporation* [en línea], 2008, p. 4. [Consulta: 4 diciembre 2022]. ISSN R0809N-E. Disponible en: https://www.academia.edu/download/62206916/Design_Thinking_por_Tim_Brown_Septiembre20200226-88457-1bayaa7.pdf

CANO, A. Plan de Negocios: Food Truck [en línea] (Trabajo de titulación). (Pregrado) Universidad Nacional de Cuyo, Facultad de Ciencias Económicas, Carrera de Administración, Mendoza - Argentina. 2018. p. 8. [Consulta: 27 noviembre 2022]. Disponible en: http://videlarrivero.bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/13992/cano-fce.pdf

CASTELLO, V. Desafíos y oportunidades para el turismo en el marco de la pandemia COVID-19. *Cuadernos de Política Exterior Argentina (Nueva Época)* [en línea], 2020, p. 116. [Consulta: 15 enero 2023]. ISSN 1852-7213. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7497247.pdf>

CASTILLO-VERGARA.; et al. Design thinking: como guiar a estudiantes, emprendedores y empresarios en su aplicación. *Ingeniería Industrial* [en línea], 2014, (Chile) XXXV(3), p. 303. [Consulta: 27 noviembre 2022]. ISSN 1815-5936. Disponible en: <http://scielo.sld.cu/pdf/rii/v35n3/rii06314.pdf>

CASTILLO, O. Designthinking y el Método del Doble Diamante para el desarrollo de prototipos de Emprendimientos o StartUps. *Revista Científica de la Universidad de Belgrano* [en línea], 2019, (Argentina) 2(2), p. 84. [Consulta: 27 noviembre 2022]. ISSN: 2618-2246. Disponible en: <https://revistas.ub.edu.ar/index.php/Perspectivas/article/view/74/72>

CEVALLOS, T. Estudio comparativo sobre el manejo de espacios y servicios entre hoteles y casas familiares desde 1895 hasta 1928 en el centro histórico de la ciudad de Quito [en línea] (Trabajo de titulación). (Pregrado) Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Ciencias Humanas, Escuela de Hotelería y Turismo, Quito – Ecuador. 2015. p. 46. [Consulta: 30 septiembre 2022]. Disponible en: http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10077/TERESA%20CEVALLOS_TESIS%202015_FINAL.pdf?sequence=1

CEVALLOS, T. Hospitalidad, rol de la mujer y educación formal en Quito [en línea] (Trabajo de titulación). (Maestría) Universidad Andina Simón Bolívar, Quito – Ecuador. 2020. pp. 23-24. [Consulta: 30 septiembre 2022]. Disponible en: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7446/1/T3242-MEC-Cevallos-Hospitalidad.pdf>

CEVILLA, M. & PUENTE, R. Modelos de negocio de emprendimientos por y para la base de la pirámide. *Revista de Ciencias Sociales* [en línea], 2013, (Venezuela) XIX(2), p. 293 [Consulta: 22 noviembre 2022]. ISSN 1315-9518. Disponible en:

file:///C:/Users/Administrador/Downloads/Dialnet-ModelosDeNegocioDeEmprendimientosPorYParaLaBaseDeL-4382469%20(1).pdf

CORIA, I. El estudio de impacto ambiental: características y metodologías. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España, y Portugal* [en línea], 2008, (Argentina) 11(20), p. 126. [Consulta: 5 diciembre 2022]. ISSN 0329-3475. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/877/87702010.pdf>

CORONEL, D.; et al. La incidencia del uso de un manual de funciones en las micro y pequeñas empresas orenses. *INNOVA Research Journal* [en línea], 2018, (Ecuador) 3(12), p. 101. [Consulta: 5 diciembre 2022]. ISSN 2477-9024. Disponible en: <http://201.159.222.115/index.php/innova/article/view/799>

CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL. Ficha sectorial Turismo: Subgerencia de análisis de productos y servicios. [en línea], 2022, (Ecuador). [Consulta: 6 diciembre 2022]. Disponible en: <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2022/fichas-sectoriales-1-trimestre/Ficha-Sectorial-Turismo.pdf>

CORREA.; et al. La importancia de la planeación financiera en la elaboración de los planes de negocio y su impacto en el desarrollo empresarial. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión* [en línea], 2010, (Colombia) XVIII(1), pp. 183-184. [Consulta: 5 diciembre 2022]. ISSN: 0121-6805. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/909/90920479010.pdf>

DIRECCIÓN DE GESTIÓN DE TURISMO DE GADM RIOBAMBA. Riobamba Turismo: Historia de Riobamba. [en línea], 2022, (Ecuador). [Consulta: 21 noviembre 2022]. Disponible en: <https://riobamba.com.ec/es-ec/chimborazo/riobamba/historias/historia-riobamba-a64603b93>

DIRECCIÓN DE GESTIÓN DE TURISMO DEL GAD-M RIOBAMBA. La Moya turismo comunitario. [en línea], 2022a, (Ecuador). [Consulta: 8 diciembre 2022]. Disponible en: <https://riobamba.com.ec/es-ec/chimborazo/riobamba/gestores-comunitarios/moya-turismo-comunitario-a1c3fc03e>

DIRECCIÓN DE GESTIÓN DE TURISMO DEL GAD-M RIOBAMBA. Palacio Real turismo comunitario. [en línea], 2022b, (Ecuador). [Consulta: 8 diciembre 2022]. Disponible en: <https://riobamba.com.ec/es-ec/chimborazo/riobamba/gestores-comunitarios/palacio-real-turismo-comunitario-a2b37708c>

DIRECCIÓN DE GESTIÓN DE TURISMO DEL GAD-M RIOBAMBA. Quilla Pacari turismo comunitario. [en línea], 2022c, (Ecuador). [Consulta: 8 diciembre 2022]. Disponible en: <https://riobamba.com.ec/es-ec/chimborazo/riobamba/gestores-comunitarios/quilla-pacari-turismo-comunitario-a996ca701>

EKOS. Con el turismo todos ganamos. [en línea], 2015, (Ecuador). [Consulta: 30 septiembre 2022]. Disponible en: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/con-el-turismo-todos-ganamos>

ESCOBAR.; et al. Desarrollo del modelo de negocio Canvas en microempresas de las parroquias rurales del Distrito Metropolitano de Quito. *INNOVA Research Journal* [en línea], 2018, (Ecuador) 3(2.1), p. 47. [Consulta: 22 noviembre 2022]. ISSN 2477-9024. Disponible en: <http://201.159.222.115/index.php/innova/article/view/666>

FERNÁNDEZ, C. *El turismo rural en el desarrollo local* [en línea]. Canarias - España, 2006. [Consulta: 5 diciembre 2022]. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Hernandez-74/publication/259043123_El_turismo_rural_en_el_desarrollo_local/links/0deec529cf3e31371c000000/El-turismo-rural-en-el-desarrollo-local.pdf

FERREIRA-HERRERA, D. El modelo CANVAS en la formulación de proyectos. *Cooperativismo & Desarrollo* [en línea], 2015, (Colombia) 23(107), p.71 [Consulta: 22 noviembre 2022]. ISSN 0120-7180. Disponible en: <https://revistas.ucc.edu.co/index.php/co/article/view/1252>

FLEITMAN, J. Plan de negocios y planeación estratégica empresarial en el siglo XXI. [en línea], 2013, (México), p.1 [Consulta: 27 noviembre 2022]. Disponible en: <https://ciemsa.mx/assets/c%3b3mo-elaborar-un-plan-de-negocios.pdf>

FORBES. Estos son los 50 países más bellos del mundo: Colombia es el tercero. [en línea], 2022, (Estados Unidos). [Consulta: 30 septiembre 2022]. Disponible en: <https://forbes.co/2022/08/24/editors-picks/estos-son-los-50-paises-mas-bellos-del-mundo-colombia-es-el-tercero/>

GALLEGOS, V. & RAMÓN, A. Análisis de la satisfacción laboral y su influencia en el compromiso organizacional de los empleados en los hoteles y hostales de la ciudad de Cuenca, 2015, caso de estudio: Hotel Mansión Alcázar, Hotel Yanuncay, Hotel Casa Ordoñez y Hostal el Monasterio [en línea] (Trabajo de titulación). (Pregrado) Universidad de Cuenca, Facultad de

Ciencias de la Hospitalidad, Carrera de Hotelería, Cuenca - Ecuador. 2016. p. 33-34. [Consulta: 30 septiembre 2022]. Disponible en: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/24350/3/Tesis.pdf>

GÁLVEZ, A. Influencia del marketing en redes sociales y de la promoción de ventas en las ventas digitales de las pequeñas empresas que comercializan productos orgánicos [en línea] (Tesis). (Pregrado) Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Administración, Lima - Perú. 2022. p. 30. [Consulta: 5 diciembre 2022]. Disponible en: <https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/16173/Galvez-Influencia-marketing-redes-sociales-promocion-ventas-digitales.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

GARCIA-REINOSO.; et al. Segmentación de la demanda turística colombiana que visitan la Zona de Planificación 1 más la provincia de Pichincha en Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo* [en línea], 2020, (Ecuador) 16(2), p. 137. [Consulta: 4 diciembre 2022]. ISSN 0718 - 235X. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2020000200136www.fen.otalca.clhttp://riat.otalca.cl>

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN RIOBAMBA. Informe del flujo turístico feriado noviembre 2022, 2022, (Ecuador). [Consulta: 30 diciembre 2022].

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN RIOBAMBA. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. [en línea], 2020, (Ecuador). [Consulta: 30 septiembre 2022]. Disponible en: <https://www.gadmriobamba.gob.ec/index.php/ordenamiento-territorial/plan-pdyot-2020-2030>

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN RIOBAMBA. Matriz consolidada de información existente desde 2016 hasta 2022, 2022, (Ecuador). [Consulta: 30 diciembre 2022].

GRANADOS, S. Estudio técnico administrativo para la construcción de una bodega distribuidora de azúcar en la cabecera departamental de Jutiapa [en línea] (Tesis). (Pregrado) Universidad Rafael Landívar, Zacapa – Guatemala. 2004. p. 10. [Consulta: 5 diciembre 2022]. Disponible en: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/lote01/Granados-Sofia.pdf>

JARAMILLO, K. Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios [en línea] (Trabajo de titulación). (Pregrado) Universidad

Técnica de Ambato, Ambato – Ecuador. 2011. pp. 2-3. [Consulta: 5 diciembre 2022]. Disponible en: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1128/1/404%20Ing.pdf>

JULCA, E. Vista de Un enfoque a la importancia del turismo. *Turismo y Patrimonio* [en línea], 2016, (Perú) (10), p. 135. [Consulta: 15 enero 2023]. ISSN 2313-853X. Disponible en: <http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/17/10>

LANG, S. *Lista de chequeo de la sostenibilidad ambiental. Para su utilización con los proyectos presentados para su cofinanciación con los fondos de Cohesión y FEDER de la UE* [en línea], 2008, pp. 3-12. Disponible en: http://awsassets.wwf.es/downloads/lista_de_chequeo.pdf

LAPO, J.; et al. Diagnóstico de los elementos internos del sistema turístico en la parroquia urbana de Zaruma, Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo* [en línea], 2019, (Ecuador) 15(2), p. 171. [Consulta: 4 diciembre 2022]. ISSN 0717-6651. Disponible en: <https://www.scielo.cl/pdf/riat/v15n2/0718-235X-riat-15-02-00170.pdf>

LARROSA.; et al. Las tendencias de la organización empresarial. *Revista de Investigación Formativa: Innovación y Aplicaciones Técnico -Tecnológicas* [en línea], 2020, 2(1), p. 60. [Consulta: 5 diciembre 2022]. ISSN 2600-5832. Disponible en: <https://ojs.formacion.edu.ec/index.php/rei/article/view/215/279>

LEAL, J. *Guías para la evaluación del impacto ambiental de proyectos de desarrollo local* [en línea]. Santiago de Chile-Chile: Instituto Latinoamericano y del Caribe de planificación económica y social – ILPES. Dirección de Proyectos y programación de inversiones, 1997. [Consulta: 5 diciembre 2022]. Disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/30783/S9710063_es.pdf

LEDESMA, I. Modelo de negocio para la hostería “Estancia All Natural” en la ciudad de Puyo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza [en línea] (Trabajo de titulación). (Pregrado) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Recursos Naturales, Escuela de Ingeniería en Ecoturismo, Riobamba – Ecuador. 2020. p. 16. [Consulta: 5 diciembre 2022]. Disponible en: <http://dspace.esepoch.edu.ec/bitstream/123456789/14160/1/23T00787.pdf>

LÓPEZ, E. Plan de Negocio: «Pa’’ comer en casa’’ [en línea] (Trabajo de Titulación). (Pregrado) Universidad Nacional de Cuyo, Facultad de Ciencias Económicas, Mendoza - Argentina. 2020. p. 28. [Consulta: 27 noviembre 2022]. Disponible en: http://economicas.bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/15705/pacomer-en-casa-.pdf

LOZANO, L.; et al. El modelo de negocio: Metodología Canvas como innovación estratégica para el diseño de proyectos empresariales. *Revista Ciencia e Investigación* [en línea], 2019, (Ecuador) 4(6), p. 92. [Consulta: 7 diciembre 2022]. ISSN 2528 -8083. Disponible en: <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/786/576>

MANZABA, A. & RUBIO, I. Manual de procedimientos para el control de compras y pagos a proveedores de la empresa Furoiani obras y proyectos. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana* [en línea], 2019, (Ecuador), p. 39. [Consulta: 7 diciembre 2022]. ISSN 1696-8352. Disponible en: <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/06/control-compras-pagos.html>

MARCELO, J. & RIERA, A. 4C'S del marketing y captación de clientes de la agropecuaria LOCK SA, Ventanilla, 2022 [en línea] (Tesis). (Pregrado) Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela profesional de Administración, Lima -Perú. 2022. p. 2. [Consulta: 6 diciembre 2022]. Disponible en: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/98575/Marcelo_DJC-Riera_CAK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

MELÉNDEZ, Á. El despunte (¿ o no?) de la industria hotelera. *Revista Gestión* [en línea], 2015, (Ecuador) 250, p. 39. [Consulta: 30 septiembre 2022]. Disponible en: https://revistagestion.ec/sites/default/files/import/legacy_pdfs/250_002.pdf

MERO-VÉLEZ, J. Empresa, administración y proceso administrativo. *Revista Científica Ciencias económicas y empresariales* [en línea], 2018, (Ecuador) 3(8), p. 93. [Consulta: 5 diciembre 2022]. ISSN 2588-090X. Disponible en: <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/59/71>

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. Visualizador Económico - Portal Servicios MINTUR. [en línea], 2019, (Ecuador). [Consulta: 15 julio 2022]. Disponible en: <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-economico>

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. Levantamiento de información sobre el comportamiento del turismo a nivel nacional dada la Nueva Normalidad generada por la Afectación del Virus COVID-19. [en línea], 2021, (Ecuador). [Consulta: 6 diciembre 2022]. Disponible en: https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/DespuesCovid/Comportamiento-Covid-VERSION-FINAL_JSP.pdf

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. Catastro nacional de Establecimientos Turísticos y Guías de Turismo Continente - Portal Servicios MINTUR. [en línea], 2022a, (Ecuador). [Consulta: 8 diciembre 2022]. Disponible en: <https://servicios.turismo.gob.ec/portfolio/catastro-turistico-nacional>

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. El Ministerio de Turismo presentó su plan de promoción para 2022: Boletín N° 019. [en línea], 2022b, (Ecuador). [Consulta: 12 noviembre 2022]. Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/el-ministerio-de-turismo-presento-su-plan-de-promocion-para-2022/>

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. Emisión de Certificado de Registro de Turismo por primera vez para Centros Turísticos Comunitarios Persona Jurídica | Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios. [en línea], 2022c, (Ecuador). [Consulta: 22 enero 2023]. Disponible en: <https://www.gob.ec/mintur/tramites/emision-certificado-registro-turismo-primera-vez-centros-turisticos-comunitarios-persona-juridica>

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. Establecimientos Registrados - Portal Servicios MINTUR. [en línea], 2022d, (Ecuador). [Consulta: 12 noviembre 2022]. Disponible en: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados?fbclid=IwAR1M6LtoAyk0tw25caK101wyoeIMbsZKAxU3u1hLuEG6s4MbxCtt61xzEpU>

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. Reactivación económica: El Turismo deja cifras positivas en lo que va de 2022: Boletín N. °115 [en línea], 2022e, (Ecuador). [Consulta: 15 enero 2023]. Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/reactivacion-economica-el-turismo-deja-cifras-positivas-en-lo-que-va-de-2022/>

MOLINA, E.; et al. Estudio del comportamiento de la demanda turística interna en la reactivación pos-covid-19 en Ecuador. *Revista Científica ECOCIENCIA* [en línea], 2022, (Ecuador) 9(3), p. 6. [Consulta: 9 diciembre 2022]. ISSN 1390-9320. Disponible en: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/26836>

MORAL, T. & FERNÁNDEZ, M. Nuevas tendencias del marketing: marketing experiencial. *Entelequia revista interdisciplinar* [en línea], 2012, 14, p. 237. [Consulta: 7 diciembre 2022]. Disponible en: https://www.academia.edu/download/48119127/Marketing_Experiencial.pdf

MORALES, O. Estudio técnico administrativo y legal para la creación de una fábrica de block y adoquín en la cabecera departamental de Zacapa [en línea] (Trabajo de Titulación). (Pregrado) Universidad Rafael Landívar, Facultad de Ciencias económicas y jurídicas, Departamento de Administración de Empresas, Zacapa – Guatemala. 2006. p. 29. [Consulta: 5 diciembre 2022]. Disponible en: <http://186.151.197.48/publicjlg/Tesis/2006/01/01/Morales-Oscar.pdf>

MORENO.; et al. El diseño en las pequeñas y medianas empresas: Un estudio de caso del Centro de Desarrollo de Negocios de Estación Central en Chile. *Revista Espacios* [en línea], 2019, (Chile) 40(43), p. 43. [Consulta: 7 diciembre 2022]. ISSN ISSN 0798 1015. Disponible en: <https://www.revistaespacios.com/a19v40n43/a19v40n43p18.pdf>

MORILLO, M. Sistemas de costos de calidad para establecimientos de alojamiento turístico*. *Actualidad Contable Faces* [en línea], 2010, (Venezuela) 13(20), p. 99. [Consulta: 15 enero 2023]. ISSN 1316-8533. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/257/25715828008.pdf>

NARANJO, O. Propuesta de un modelo de negocio desde el emprendimiento social. *Corporación Universitaria Adventista* [en línea], 2015, (Colombia) V(1), p. 40. [Consulta: 22 noviembre 2022]. Disponible en: [file:///C:/Users/Administrador/Downloads/68-Texto%20del%20art%C3%ADculo-88-1-10-20180523%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Administrador/Downloads/68-Texto%20del%20art%C3%ADculo-88-1-10-20180523%20(2).pdf)

OLMEDO, E. & RECALDE, K. Manual De Funciones y Procedimientos para el Taller 5 Hermanos [en línea] (Tesis). (Pregrado) Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas, Contaduría Pública Autorizada, Guayaquil – Ecuador. 2018. p. 8. [Consulta: 5 diciembre 2022]. Disponible en: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/37470/1/TESIS%20OLMEDO%26RECALDE.pdf>

OREJUELA, S. & SANDOVAL, P. «Guía del Estudio de Mercado para la Evaluación de Proyectos» [en línea] (Trabajo de titulación). (Pregrado) Universidad de Chile, Facultad de Ciencias económicas y administrativas, Carrera de Ingeniería Comercial, Santiago de Chile - Chile. 2002. pp. 9-10. [Consulta: 27 noviembre 2022]. Disponible en: https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108139/orjuela_s.pdf?seque

OROZCO, A. Manual de funciones, procesos y procedimientos para la empresa Hierros HB S.A. [en línea], (Trabajo de titulación). (Pregrado) Universidad Tecnológica de Pereira, Facultad de Ingeniería Industrial, Pereira – Colombia. 2008. p. 31. [Consulta: 5 diciembre 2022]. Disponible en: <https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/b6eb8f07-d93c-4d52-a3ee-11badee3d1c3/content>

OSTERWALDER, A. & PIGNEUR, Y. *Generación de modelos de negocio* [en línea]. Barcelona – España: Deusto, 2011. [Consulta: 22 noviembre 2022]. Disponible en: https://www.academia.edu/download/60204206/Generacion_de_modelos_de_negocio_Osterwalder20190804-67046-w500vq.pdf

OVIEDO, M. & OLIVO, F. *Tendencias del turismo post covid-19 Una reflexión para Ecuador* [en línea]. Ecuador: Consorcio de Gobiernos Autónomos Provinciales del Ecuador – CONGOPE, 2021. [Consulta: 22 noviembre 2022]. Disponible en: <http://www.congope.gob.ec/wp-content/uploads/2021/06/Tomo-14-completo.pdf#page=49>

PERALTA, X. Estudio del Orgánico Estructural y de las Descripciones y Análisis de Cargos. Propuesta de Actualización del Organigrama Estructural y del Manual de Funciones de una empresa Industrial Manufacturera [en línea] (Trabajo de titulación). (Pregrado) Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación, Carrera de Psicología Organizacional, Guayaquil – Ecuador. 2018. p. 24. [Consulta: 5 diciembre 2022]. Disponible en: <http://201.159.223.180/bitstream/3317/10366/1/T-UCSG-PRE-FIL-CPO-160.pdf>

QUIMIZ, G. & PALACIOS, P. Importancia de la implementación de manuales de funciones en empresas. *Revista de Investigación Formativa: Innovación y Aplicaciones Técnico - Tecnológicas* [en línea], 2020, 2(2), p. 13. [Consulta: 5 diciembre 2022]. ISSN 2600-5832. Disponible en: <https://ojs.formacion.edu.ec/index.php/rei/article/view/242/327>

No. 20150024. *Reglamento de Alojamiento Turístico*. [en línea], 2022, (Ecuador). [Consulta: 21 noviembre 2022]. Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/plugins/download-monitor/download.php?id=4062&force=1>

RICART, J. Modelo de Negocio: El eslabón perdido en la dirección estratégica. *Universaria Business Review* [en línea], 2009, (España) (23), pp. 22. [Consulta: 22 noviembre 2022]. ISSN 1698-5117. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/433/43312282002.pdf>

RIGOL, L. Conceptualización de la demanda turística. *Centro de Información y Gestión Tecnológica* [en línea], 2009, (Cuba), XV(1). [Consulta: 4 diciembre 2022]. ISSN 1027-2127. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181517987002.pdf>

ROCHA, M. Plan de negocios para identificar la viabilidad en la apertura de una repostería en Cd. Obregón [en línea] (Tesis). (Pregrado) Instituto Tecnológico de Sonora, Obregón - México.

2013. p.70. [Consulta: 4 diciembre 2022]. Disponible en: http://biblioteca.itson.mx/dac_new/tesis/697_rocha_martha.pdf

RODRÍGUEZ, S. & POSADA, D. Viabilidad y factibilidad de implementar una producción de huevo comercial en el departamento de Risaralda [en línea] (Proyecto de Grado). (Pregrado) Universidad Tecnológica de Pereira, Facultad de Ciencias de la Salud, Programa de Medicina Veterinaria y Zootecnia, Pereira – Colombia. 2020. p. 10. [Consulta: 5 diciembre 2022]. Disponible en: <https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/69baa637-f25e-4e55-a184-50cde4d01a95/content>

RUIZ, N. Elaboración y propuesta de implementación de un manual de procedimientos para la empresa Ferrecaracol CIA LTDA [en línea] (Trabajo de titulación). (Pregrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Ciencias Administrativas y contables, Quito – Ecuador. 2015. p. 1. [Consulta: 5 diciembre 2022]. Disponible en: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/9101/TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

SALAZAR, M. Modelo de Comunicación para Empresas Colombianas de Moda [en línea] (Trabajo de Grado). (Maestría) Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Facultad de Artes y Diseño, Bogotá – Colombia. 2021. pp. 66-67. [Consulta: 27 noviembre 2022]. Disponible en: <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/20765/MANUELA%20SALAZAR%20DOCUMENTO%20TRABAJO%20DE%20GRADO%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

SALTOS, C. Estructura de Costos caso: “Servicio de Catering en el Greenfield’s Hotel Spa Eventos”, cantón Salinas - provincia de Santa Elena, año 2019 [en línea] (Trabajo práctico). (Pregrado) Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad – Ecuador. 2020. p. 12. [Consulta: 27 noviembre 2022]. Disponible en: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/7945/1/UPSE-TAE-2022-0055.pdf>

SÁNCHEZ, L. *Evaluación de impacto ambiental. II curso internacional de aspectos geológicos de protección ambiental* [en línea]. Sao Paulo-Brasil: Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, 2011. [Consulta: 5 diciembre 2022]. Disponible en: https://www.ucipfg.com/Repositorio/MAES/MAES-07/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad-5/lecturas/Evaluacion_de_Impacto_Ambiental.pdf

SANTIAGO, N.; et al. Actualidad y proyecciones de desarrollo del turismo internacional en Ecuador. *Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación* [en línea], 2017, (Ecuador) 4(3), p. 277. [Consulta: 15 enero 2023]. ISSN 1390-9150. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6756273>

SANTOS, M. Plan de Negocios: Estancia Chica (Restaurant) [en línea] (Trabajo de investigación). (Pregrado) Universidad Nacional de Cuyo, Facultad de Ciencias económicas, Mendoza – Argentina. 2015. p. 5. [Consulta: 27 noviembre 2022]. Disponible en: http://feminismo.bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitaes/7579/manuel-santos-ana.pdf

SONDEREGGER, P. Cómo utilizar el Business Model Canvas (Lienzo de Modelo de Negocio) para reducir el riesgo. *Revista Abierta de Informática Aplicada*. [en línea], 2020, (Suiza) 4, p. 7. [Consulta: 24 noviembre 2022]. ISSN 2591-5320. Disponible en: <http://portalrevisciencia.uai.edu.ar/ojs/index.php/RAIA/article/view/8/7>

SRI. Registro único de contribuyentes - Personas Naturales. [en línea], 2017, (Ecuador). [Consulta: 22 enero 2023]. Disponible en: <https://www.sri.gob.ec/web/intersri/ruc-personas-naturales#%C2%BFqu%C3%A9-es>

SUVIRI, J. Conceptualización y comparación de distintos modelos de evaluación de la reputación corporativa. *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa* [en línea], 2010, (Madrid) (1), p. 179. [Consulta: 4 diciembre 2022]. Disponible en: https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/4_1.pdf#page=179

TAMARIZ, Y. Las 4 «P» vs Las 4 «C» en el proceso del marketing electrónico. *Revista Lidera* [en línea], 2007, (2), pp. 4-6. [Consulta: 20 diciembre 2022]. Disponible en: <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/download/16794/17108>

TENORIO-ALMACHE.; et al. Los manuales de procedimientos como base sólida de un emprendimiento. *FIPCAEC* [en línea], 2019, 4(1), p. 200. [Consulta: 5 diciembre 2022]. ISSN 2588-09X. Disponible en: <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/109/151>

TIERRA, N. *Planificación y Ordenamiento Territorial del Turismo*. Riobamba – Ecuador. 2022.

TORO, J.; et al. Métodos de Evaluación de Impacto Ambiental en Colombia. *Revista de Investigación Agraria y Ambiental* [en línea], 2013, (Colombia) 4(2), p. 44. [Consulta: 5

diciembre 2022]. Disponible en: <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/riaa/article/view/990/967>

TRIPADVISOR. Hoteles en Riobamba y sitios donde alojarse. [en línea], 2022, (Ecuador). [Consulta: 9 diciembre 2022]. Disponible en: https://www.tripadvisor.es/Hotels-g303849-Riobamba_Chimborazo_Province-Hotels.html

VALVERDE-LASSO, J. Los circuitos de hospitalidad relacionados con Quito a comienzos del siglo XX: entre las costumbres precoloniales y las propuestas de modernización hospitalaria. *Qualitas* [en línea], 2018, (Alemania) 15, p. 58. [Consulta: 30 septiembre 2022]. Disponible en: <https://pdfslide.net/documents/los-circuitos-de-hospitalidad-relacionados-con-los-circuitos-de-hospitalidad.html?page=11>

VÁZQUEZ, R. & OSORIO, M. La hospitalidad en la prestación del servicio turístico. Una revisión sobre sus planteamientos teóricos en la revista *International Journal of Hospitality Management*, 2004-2013. *Revista de Investigación de la ciencia turística* [en línea], 2016, (México) (10), p. 7. [Consulta: 30 septiembre 2022]. ISSN 1390-6305. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6088847>

VERA.; et al. Estrategias de comercialización de las distribuidoras de productos de consumo masivo de la provincia de Santa Elena. *Revista Científica y Tecnológica UPSE* [en línea], 2017, (Ecuador) IV(1), p. 189. [Consulta: 5 diciembre 2022]. Disponible en: <https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/251/pdf>

VILLAFUERTE, C. Elaboración de un manual de funciones para el departamento administrativo de una empresa pública de servicios [en línea] (Proyecto de Desarrollo). (Pregrado) Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Escuela de Psicología, Ambato – Ecuador. 2018. p. 19. [Consulta: 5 diciembre 2022]. Disponible en: <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2424/1/76688.pdf>

VISCONTI, M. Elaboración de un modelo de negocios para un emprendimiento gastronómico utilizando el modelo Canvas (Osterwalder and Pigneur,2010) [en línea] (Tesis). (Posgrado) Universidad Católica de Córdoba, Instituto de Ciencias de la Administración, Córdoba – Argentina. 2017. p. 2. [Consulta: 22 noviembre 2022]. Disponible en: https://pa.bibdigital.ucc.edu.ar/1530/1/TM_Visconti.pdf

WEINBERGER, K. *Plan de Negocios. Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio* [en línea]. Perú: United States Agency International Development - USAID, 2009. [Consulta: 27 noviembre 2022]. Disponible en: http://www.crecemype.pe/1_crecer/docs/plan%20de%20negocios.pdf

YÁÑEZ-VARGAS, A. Impacto ambiental y metodologías de análisis. *Biología, Ciencia y Tecnología BIOCYT* [en línea], 2008, (México) 1(2), p. 9. [Consulta: 5 diciembre 2022]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3621187.pdf>

ZOTT, C. & AMIT, R. Innovación del modelo de negocio: creación de valor en tiempos de cambio. *Universia Business Review* [en línea], 2009, (España), (23), p. 110. [Consulta: 22 noviembre 2022]. ISSN 1698-5117. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/433/43312282008.pdf>

ZURITA.; et al. *Sector turístico y su impacto en la economía ecuatoriana* [en línea]. Riobamba-Ecuador: Universidad Nacional de Chimborazo - UNACH, 2021. [Consulta: 22 noviembre 2022]. Disponible en: <https://editorial.unach.edu.ec/index.php/Editorial/catalog/book/106>



ANEXOS

ANEXO A: LISTA DE CHEQUEO DE LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

Tabla 1: *Check list* desarrollo empresarial

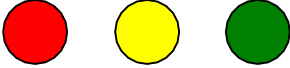
Desarrollo empresarial				
Nº	Pregunta	Si	No	?
1	¿Este proyecto apoya a que las empresas cumplan con la normativa medio ambiental?			
2	¿Este proyecto considera la tecnología más actualizada hasta la fecha en eficiencia energética en la producción?			
3	¿Este proyecto apoya a las empresas a usar más fuentes de energía renovables?			
4	¿Este proyecto apoya a que las empresas utilicen menos recursos naturales como agua, suelo, etc.?			
5	¿Este proyecto tiene en cuenta la tecnología más actualizada hasta la fecha en reciclaje y reducción de residuos?			
6	¿Este proyecto apoyará a las empresas en emitir menos contaminación o sustancias peligrosas a la atmósfera, el agua o el suelo?			
7	¿Este proyecto desarrollará, apoyará o comercializará ecotecnología?			
8	¿Este proyecto fomenta en la red Natura 2000 empresas o actividades que promuevan el desarrollo sostenible en la zona y la protección de los valores ambientales?			
9	¿Esta propuesta incluye estándares que aseguren la procedencia sostenible de todos los bienes, materiales y servicios requeridos?			
10	¿Anima este proyecto al personal de la empresa en el desarrollo, el ensayo o la práctica de medidas de protección ambiental?			
PUNTUACION TOTAL FINAL				
				
Observaciones de porqué se ha dado cierta valoración:				

Tabla 2: *Check list* construcción: edificios, viviendas


Construcción: edificios, viviendas				
Nº	Pregunta	Si	No	?
1	¿Conseguirá este proyecto un mayor empleo de las fuentes de energía renovables en la edificación y llevará a una construcción con un balance de CO2 neutro o incluso positivo (produciendo energía)?			
2	¿Esta propuesta promueve que aseguren la procedencia sostenible de todos los materiales utilizados y el uso sostenible de los recursos naturales?			
3	¿Pondrá en práctica el proyecto exigencias de eficacia energética por encima del estándar y conducirá a la más alta eficiencia energética posible en lo que respecta a la edificación?			
4	¿Este proyecto también apoyará a los propietarios privados para hacer que sus edificios sean más eficientes energéticamente?			
5	¿Esta propuesta apoyará la puesta en marcha de una auditoria energética para edificios?			
6	¿Se construye en terrenos que previamente estaban ocupados por otro tipo de construcciones (como por ejemplo antiguas zonas industriales) en vez de terrenos que nunca han sido ocupados por estructuras permanentes?			
7	¿Este proyecto ayuda a la gestión de la red Natura 2000 y asegura la no afección negativa a la misma?			
8	¿Esta propuesta ayuda a reducir la expansión incontrolada de las ciudades?			
9	¿Este proyecto está ligado a un concepto de transporte sostenible en vez de llevar a una mayor emisión de CO2?			
10	¿Este proyecto ayudará a servir a su propósito con los impactos del cambio demográfico (menos población en algunas regiones, más población urbana, población más envejecida)?			
PUNTUACION TOTAL FINAL				
				
Observaciones de porqué se ha dado cierta valoración:				

Tabla 3: *Check list* eficiencia energética



Eficiencia energética				
Nº	Pregunta	Si	No	?
1	¿Este proyecto apoyará la eficiencia energética en edificios públicos y hogares?			
2	¿Este proyecto crea impuestos, créditos o instrumentos políticos para alcanzar una mayor eficiencia energética a largo plazo?			
3	¿Este proyecto aumenta la eficiencia energética de los servicios públicos de transporte?			
4	¿Este proyecto desarrolla la eficiencia energética en servicios públicos como el alumbrado?			
5	¿Este proyecto lleva a una mayor eficiencia en el suministro energético y/o en el transporte de energía?			
6	¿Apoya este proyecto la introducción de un plan de auditoria en eficiencia energética?			
7	¿Este proyecto apoya los criterios de eficiencia energética?			
8	¿Incluye este proyecto un aspecto de concienciación para educar a los usuarios finales en medidas de ahorro energético?			
9	¿Este proyecto forma a los sectores sociales implicados de cierta relevancia en la tecnología de la eficiencia energética?			
10	¿Este proyecto incluye un plan para ayudar a los propietarios privados a invertir en eficiencia energética en sus hogares?			
PUNTUACION TOTAL FINAL				
				
Observaciones de porqué se ha dado cierta valoración:				

Tabla 4: *Check list* residuos

Residuos				
Nº	Pregunta	Si	No	?
1	¿La propuesta considera otras formas de tratamientos de residuos que los vertederos o la incineración?			
2	¿Este proyecto reducirá la cantidad de residuos que se envían a los vertederos?			
3	¿Es este proyecto parte de una estrategia de reciclaje más amplia?			
4	¿Este proyecto también contiene un elemento de prevención de formación de residuos desde su inicio?			
5	¿En este proyecto se contiene un elemento para cambiar las prácticas de la producción y/o del ciclo de venta para hacer que los residuos se puedan reciclar más fácilmente?			
6	¿Este proyecto considera una actividad de cambio de prácticas en la producción industrial para alcanzar un “ciclo cerrado” de tratamiento de residuos?			
7	¿Este proyecto apoya la aplicación del principio de “el que contamina paga en el sector del reciclaje”?			
8	¿Este proyecto ha conseguido algún tipo de cooperación con el sector privado?			
9	¿Este proyecto respalda que se eviten o se reciclen los residuos en los hogares?			
10	¿Este proyecto considera elementos de concienciación sobre la prevención de la formación de residuos y el reciclaje?			
PUNTUACION TOTAL FINAL				
				
Observaciones de porqué se ha dado cierta valoración:				

ANEXO B: FICHAS DE REGISTRO DE LA OFERTA SUSTITUTIVA DE LOS CANTONES RIOBAMBA Y GUANO

Ficha 1: Hotel El Molino

1. DATOS GENERALES				
Nombre del establecimiento turístico: Hotel El Molino				
Años de funcionamiento: 14 años				
Horario de atención: 7h00 – 21h00				
1.1 Ubicación:	1.1.1 Urbano	x	1.1.2 Rural	
1.2 Coordenadas:	1.2.1 Latitud: -1.66735 1.2.2 Longitud: -78.66215			
1.3 Parroquia:	Lizarzaburu			
1.4 Dirección:	Av. Unidad Nacional y Duchicela 42-13			
1.5 Página Web:	https://hotelelmolino.com.ec/			
1.6 E-mail:	elmolinohotelrio@yahoo.com			
1.7 Teléfono/Fax:	(03) 2941372 / 2944962 / 2942232			
2. ADMINISTRACIÓN				
2.1 Historia de creación del establecimiento turístico				
Debido a la tradición familiar vinculada a la construcción de viviendas, deciden ampliar su línea de negocios a hoteles, actualmente uno en Riobamba y otro en Alausí.				
2.2 Condición de propiedad				
Nombre del propietario/a:	Héctor Enrique Di Donato Yerovi			
Título profesional que posee:	Tecnólogo Superior en Servicios y Operaciones Turísticas Multilingües			
La función de gerente y administrador es regida por el mismo propietario.				
2.3 Fecha de inicio de operación del negocio	17/09/2008			
Número de RUC:	0600958128001			
Fecha de registro:	26/11/2009			
2.4 Forma de propiedad del establecimiento				
El establecimiento es de propiedad privada.				
2.5 Número de personas que trabajan en el establecimiento turístico				
	Hombres	Mujeres	Total	
	2	4	6	
3. CONSTITUCIÓN DE LA OFERTA				
3.1 Capacidad instalada				
HABITACIONES	Número de habitaciones	Cantidad de camas	Número de plazas	Precio Promedio
	69	119	127	\$ 30,50 – 47,58

Las habitaciones están distribuidas en suites, matrimoniales, simpes, dobles y triples; cuentan con Tv cable, teléfono, baño privado, secador de cabello, caja de seguridad, extractores de aire, zona WI-FI y cerraduras con tarjeta electrónica. En cuanto a la infraestructura, se encuentra en buenas condiciones.

3.2 Formas de reserva	Correo electrónico Vía telefónica Página Web Whatsapp
------------------------------	----------------------------------------------------------------

3.3 Formas de pago	Efectivo y tarjeta de crédito
---------------------------	-------------------------------

3.4 Servicios complementarios	Clase de aerobics, tour o clase sobre la cultura local, tours en bici, tour a pie, bowling, ciclismo y servicio de transporte.
--------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

4.1 Publicidad
La publicidad del negocio se realiza por medio de las redes sociales como: Facebook y YouTube, adicionalmente, cuenta con correo electrónico, página web y se promociona en la página de oficial de Turismo de Riobamba.

4.2 Forma de comercialización
Directa: (x) **Indirecta / intermediarios** ()

5. ACCESO A SERVICIOS BÁSICOS

Al estar en el sector urbano cuenta con todos los servicios básicos.

6. ATRACTIVOS TURÍSTICOS MÁS CERCANOS

Atractivo	Distancia
6.1 Centro histórico de Riobamba	1,7 km
6.2 Casa Calero	280 m
6.3 Parque Guayaquil y Estadio Olímpico Fernando Guerrero	350 m

7. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Tour o clase sobre la cultura local
Tour a pie

Ficha 2: Hotel Riobamba Inn

1. DATOS GENERALES				
Nombre del establecimiento turístico: Hotel Riobamba Inn				
Años de funcionamiento: 31 años				
Horario de atención: 24 horas				
1.1 Ubicación:	1.1.1 Urbano	x	1.1.2 Rural	
1.2 Coordenadas:	1.2.1 Latitud: -1.669132 1.2.2 Longitud: -78.652604			
1.3 Parroquia:	Velasco			
1.4 Dirección:	Carabobo 230 y Primera Constituyente			
1.5 Página Web:	http://www.hotelriobambainn.com/			
1.6 E-mail:	yolandacparedes@hotmail.com			
1.7 Teléfono/Fax:	(03) 2961696			
2. ADMINISTRACIÓN				
2.1 Historia de creación del establecimiento turístico				
Es una empresa familiar con ferviente fe católica, por lo que, en las instalaciones se exhibe la imagen del niño Jesús, distintivo especial de la provincia.				
2.2 Condición de propiedad				
Nombre del propietario/a:	Mariana de Jesús Vinueza Godoy			
Título profesional que posee:	-			
2.3 Fecha de inicio de operación del negocio	01/05/1991 Fecha de reinicio de actividades 22/04/2009			
Número de RUC:	0601134174001			
Fecha de registro:	12/04/1991			
2.4 Forma de propiedad del establecimiento				
El establecimiento es de propiedad privada.				
2.5 Número de personas que trabajan en el establecimiento turístico				
	Hombres	Mujeres	Total	
	1	2	3	
3. CONSTITUCIÓN DE LA OFERTA				
3.1 Capacidad instalada				
HABITACIONES	Número de habitaciones	Cantidad de camas	Número de plazas	Precio Promedio
	40	40	72	\$ 18,00 - \$ 24,00
Las habitaciones están distribuidas en simples, dobles, matrimoniales y triples, cuentan con Tv cable, teléfono y baño privado.				
3.2 Formas de reserva	Correo electrónico Vía telefónica Página Web			

	Navegadores Web						
3.3 Formas de pago	Efectivo y tarjeta de crédito						
3.4 Servicios complementarios	Alimentación, parqueadero y sala de conferencias.						
4. COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN							
4.1 Publicidad							
La publicidad del negocio se realiza por medio de la red social Facebook, adicionalmente, cuenta con correo electrónico, página web y se promociona en la página de oficial de Turismo de Riobamba.							
4.2 Forma de comercialización							
Directa: (x) Indirecta / intermediarios ()							
5. ACCESO A SERVICIOS BÁSICOS							
Al estar en el sector urbano cuenta con todos los servicios básicos.							
6. ATRACTIVOS TURÍSTICOS MÁS CERCANOS							
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Atractivo</th> <th>Distancia</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>6.1 Centro histórico de Riobamba</td> <td>700 m</td> </tr> <tr> <td>6.2 Plaza Alfaro</td> <td>200 m</td> </tr> </tbody> </table>		Atractivo	Distancia	6.1 Centro histórico de Riobamba	700 m	6.2 Plaza Alfaro	200 m
Atractivo	Distancia						
6.1 Centro histórico de Riobamba	700 m						
6.2 Plaza Alfaro	200 m						
7. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS							
Ninguna							

Ficha 3: Hotel Hacienda Abraspungo

1. DATOS GENERALES				
Nombre del establecimiento turístico: Hotel Hacienda Abraspungo				
Años de funcionamiento: 30 años				
Horario de atención: 6h30 - 22h00				
1.1 Ubicación:	1.1.1 Urbano	x	1.1.2 Rural	
1.2 Coordenadas:	1.2.1 Latitud: -1.63983			
	1.2.2 Longitud: -78.64076			
1.3 Parroquia:	Velasco			
1.4 Dirección:	Km 3 1/2 de la vía a Guano			
1.5 Página Web:	https://haciendaabrapungo.com/			
1.6 E-mail:	info@haciendaabrapungo.com			
1.7 Teléfono/Fax:	(03) 2941372 / 2944962 / 2942232			
2. ADMINISTRACIÓN				
2.1 Historia de creación del establecimiento turístico				
Una porción de la hacienda San Pedro de Las Abras se convirtió en Abraspungo, nombre tomado del kichwa que significa puerta hacia la quebrada, por su ubicación, puerta de Las Abras; empezó con los capitales de varios inversionistas que apostaron por el proyecto con 20 habitaciones, pero ha ido creciendo paulatinamente.				
2.2 Condición de propiedad				
Nombre del propietario/a:	Albergue turístico Abraspungo Cia. Ltda.			
Título profesional que posee:	-			
La función de representante legal lo ejerce María Isabel Hurtado Riofrío.				
2.3 Fecha de inicio de operación del negocio	18/05/1992			
	Fecha de actualización: 27/12/2010			
Número de RUC:	0600958128001			
Fecha de registro:	13/04/1994			
2.4 Forma de propiedad del establecimiento				
El establecimiento es de propiedad privada asociativa.				
2.5 Número de personas que trabajan en el establecimiento turístico				
	Hombres	Mujeres	Total	
	16	10	26	
3. CONSTITUCIÓN DE LA OFERTA				
3.1 Capacidad instalada				
HABITACIONES	Número de habitaciones	Cantidad de camas	Número de plazas	Precio Promedio
	88	40	156	52,50 – 93,00
Las habitaciones están distribuidas en sencillas superior, dobles superior, dobles superior matrimonial, juniors suite, triples superior y suites familiar; cuentan con Tv cable, teléfono, baño privado, y todas las				

comodidades, lo característico es que cada habitación lleva el nombre de una montaña, los cuadros representan los paisajes del país y todas tienen acceso a hermosos jardines. En cuanto a la infraestructura, se encuentra en buenas condiciones.

3.2 Formas de reserva	<p>Correo electrónico</p> <p>Vía telefónica</p> <p>Página Web</p> <p>Navegadores Web</p> <p>Whatsapp</p>
------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------

3.3 Formas de pago	Efectivo, tarjeta de crédito y transferencia
---------------------------	----------------------------------------------

3.4 Servicios complementarios	Alimentación, parqueadero, reuniones y eventos.
--------------------------------------	-------------------------------------------------

4. COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

4.1 Publicidad

La publicidad del negocio se realiza por medio de las redes sociales como: Facebook e insagram, adicionalmente, cuenta con correo electrónico, página web y se promociona en la página de oficial de Turismo de Riobamba.

4.2 Forma de comercialización

Directa: (x) **Indirecta / intermediarios** ()

5. ACCESO A SERVICIOS BÁSICOS

Al estar en el sector urbano cuenta con todos los servicios básicos.

6. ATRACTIVOS TURÍSTICOS MÁS CERCANOS

Atractivo	Distancia
6.1 Centro histórico de Riobamba	1,7 km
6.2 Centro de Guano	5,9 km

7. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Ninguna

Ficha 4: Empresa Arguello Altamirano Costales Cia. Zeus

1. DATOS GENERALES										
Nombre del establecimiento turístico: Empresa Arguello Altamirano Costales Cia. Zeus										
Años de funcionamiento: 23 años										
Horario de atención: 7h00 – 22h00										
1.1 Ubicación:	1.1.1 Urbano	x	1.1.2 Rural							
1.2 Coordenadas:	1.2.1 Latitud: -1.664172									
	1.2.2 Longitud: -78.659980									
1.3 Parroquia:	Lizarzaburu									
1.4 Dirección:	Av. Daniel León Borja y Duchicela									
1.5 Página Web:	https://hotelzeus.com.ec/									
1.6 E-mail:	reservaciones@hotelzeus.com.ec									
1.7 Teléfono/Fax:	(03) 2968 037 / 2968 038									
2. ADMINISTRACIÓN										
2.1 Historia de creación del establecimiento turístico										
Es un emprendimiento familiar que desde 1982 a 1990 fue un hostel, luego, a través de una tesis se demuestra la factibilidad para realizar una inversión sobre la infraestructura que permitiría su crecimiento, nueve años después se forma una compañía de orden familiar para la operación de la empresa. En el año 2000 se ejecuta la segunda etapa de construcción de la infraestructura desde el piso cuarto al séptimo, y en el 2009 la última etapa desde el octavo al doceavo.										
2.2 Condición de propiedad										
Nombre del propietario/a:	Empresa Arguello Altamirano Costales Cia. Zeus									
Título profesional que posee:	-									
La función de representante legal lo ejerce Martha Cecilia Arguello Altamirano.										
2.3 Fecha de inicio de operación del negocio	03/03/1999									
	Fecha de actualización 17/19/2019									
Número de RUC:	0690089777001									
Fecha de registro:	02/02/2012									
2.4 Forma de propiedad del establecimiento										
El establecimiento es de propiedad propia asociativa.										
2.5 Número de personas que trabajan en el establecimiento turístico por áreas										
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Hombres</th> <th>Mujeres</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>9</td> <td>7</td> <td>16</td> </tr> </tbody> </table>					Hombres	Mujeres	Total	9	7	16
Hombres	Mujeres	Total								
9	7	16								
3. CONSTITUCIÓN DE LA OFERTA										
3.1 Capacidad instalada										
HABITACIONES	Número de habitaciones	Cantidad de camas	Número de plazas	Precio Promedio						
	50	117	161	\$ 31,50 - \$ 58,50						

Las habitaciones están distribuidas en suite, premium y ejecutivas: simples, dobles (matrimonial o twin); cuentan con Tv cable, teléfono, baño privado y zona WI-FI. En cuanto a la infraestructura, se encuentra en buenas condiciones, consta de 12 pisos, 1 restaurante y 5 salones para eventos.

3.2 Formas de reserva	Correo electrónico Vía telefónica Página Web Navegadores Web Whatsapp
3.3 Formas de pago	Efectivo, tarjeta de crédito, transferencia, depósito bancario y pay pal
3.4 Servicios complementarios	Alimentación, salón de eventos, alquiler de equipos y toda la indumentaria para eventos, sala de baile, gimnasio, parqueadero, sala de juegos, business center.

4. COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

4.1 Publicidad

La publicidad del negocio se realiza por medio de las redes sociales como: Facebook e instagram, adicionalmente, cuenta con correo electrónico, página web y se promociona en la página de oficial de Turismo de Riobamba.

4.2 Forma de comercialización

Directa: (x) **Indirecta / intermediarios** ()

5. ACCESO A SERVICIOS BÁSICOS

Al estar en el sector urbano cuenta con todos los servicios básicos.

6. ATRACTIVOS TURÍSTICOS MÁS CERCANOS

Atractivo	Distancia
6.1 Centro histórico de Riobamba	800 m
6.2 Casa Calero	1,2 km
6.3 Parque Guayaquil y Estadio Olímpico Fernando Guerrero	650 m

7. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Exhibición de objetos culturales.

Ficha 5: Quindeloma Art Hotel and Gallery

1. DATOS GENERALES										
Nombre del establecimiento turístico: Quindeloma Art Hotel and Gallery										
Años de funcionamiento: 10 años										
Horario de atención: 24 horas										
1.1 Ubicación:	1.1.1 Urbano	x	1.1.2 Rural							
1.2 Coordenadas:	1.2.1 Latitud: -1.662821 1.2.2 Longitud: -78.656802									
1.3 Parroquia:	Velasco									
1.4 Dirección:	Argentinos y Carlos Zambrano									
1.5 Página Web:	https://www.quindeloma.com/									
1.6 E-mail:	reservas@quindeloma.com									
1.7 Teléfono/Fax:	(593) 962969369 (03) 2965175 / 2968856 / 2963236									
2. ADMINISTRACIÓN										
2.1 Historia de creación del establecimiento turístico										
Nace de una tradición turística riobambeña de cuatro décadas atrás, originalmente bajo el nombre de Hotel El Galpón el cual atravesó un proceso de modernización y restauración.										
2.2 Condición de propiedad										
Nombre del propietario/a:	Progresario Cia. Ltda.									
Título profesional que posee:	-									
La función de representante legal lo ejerce María Fernanda Oviedo Moreano.										
2.3 Fecha de inicio de operación del negocio	24/04/2012									
Número de RUC:	0691735958001									
Fecha de registro:	06/12/2017									
2.4 Forma de propiedad del establecimiento										
El establecimiento es de propiedad sociedad privada.										
2.5 Número de personas que trabajan en el establecimiento turístico por áreas										
<table border="1"><thead><tr><th>Hombres</th><th>Mujeres</th><th>Total</th></tr></thead><tbody><tr><td>7</td><td>14</td><td>21</td></tr></tbody></table>					Hombres	Mujeres	Total	7	14	21
Hombres	Mujeres	Total								
7	14	21								
3. CONSTITUCIÓN DE LA OFERTA										
3.1 Capacidad instalada										
HABITACIONES	Número de habitaciones	Cantidad de camas	Número de plazas	Precio Promedio						
	46	50	129	\$ 31,50 - \$ 58,50						
Las habitaciones están distribuidas simples, dobles, twins, triples, junior (suites y matrimoniales); cuentan con Tv cable, teléfono, baño privado y zona WI-FI. En cuanto a la infraestructura, se encuentra en buenas condiciones.										
3.2 Formas de reserva	Correo electrónico									

	Vía telefónica Página Web Navegadores Web Whatsapp						
3.3 Formas de pago	Efectivo, tarjeta de crédito y débito						
3.4 Servicios complementarios	Alimentación, spa (áreas húmedas y piscina), salón de eventos y parqueadero.						
4. COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN							
4.1 Publicidad							
La publicidad del negocio se realiza por medio de las redes sociales como: Facebook e instagram, adicionalmente, cuenta con correo electrónico, página web y se promociona en la página de oficial de Turismo de Riobamba.							
4.2 Forma de comercialización							
Directa: (x) Indirecta / intermediarios ()							
5. ACCESO A SERVICIOS BÁSICOS							
Al estar en el sector urbano cuenta con todos los servicios básicos.							
6. ATRACTIVOS TURÍSTICOS MÁS CERCANOS							
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Atractivo</th> <th>Distancia</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>6.1 Centro histórico de Riobamba</td> <td>1,5 km</td> </tr> <tr> <td>6.3 Parque Guayaquil y Estadio Olímpico Fernando Guerrero</td> <td>700 m</td> </tr> </tbody> </table>		Atractivo	Distancia	6.1 Centro histórico de Riobamba	1,5 km	6.3 Parque Guayaquil y Estadio Olímpico Fernando Guerrero	700 m
Atractivo	Distancia						
6.1 Centro histórico de Riobamba	1,5 km						
6.3 Parque Guayaquil y Estadio Olímpico Fernando Guerrero	700 m						
7. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS							
Ninguna							

Ficha 6: Hotel Mansión Santa Isabella

1. DATOS GENERALES										
Nombre del establecimiento turístico: Hotel Mansión Santa Isabella										
Años de funcionamiento: 13 años										
Horario de atención: 24 horas										
1.1 Ubicación:	1.1.1 Urbano	x	1.1.2 Rural							
1.2 Coordenadas:	1.2.1 Latitud: -1.668777 1.2.2 Longitud: -78.652066									
1.3 Parroquia:	Velasco									
1.4 Dirección:	Veloz entre Magdalena Dávalos y Carabobo									
1.5 Página Web:	https://mansionsantaisabella.com/									
1.6 E-mail:	info@mansionsantaisabella.com									
1.7 Teléfono/Fax:	(593) 983129260									
2. ADMINISTRACIÓN										
2.1 Historia de creación del establecimiento turístico										
Nace como un emprendimiento familiar que abre sus puertas desde febrero del 2009, la infraestructura es parte del patrimonio cultural de la ciudad, pasó por dos etapas: una remodelación colonial y la segunda una construcción nueva.										
2.2 Condición de propiedad										
Nombre del propietario/a:	La Casa Andaluza Casandaluz Cia. Ltda.									
Título profesional que posee:	-									
La función de representante legal lo ejerce Neil Hedley Cox Ben.										
2.3 Fecha de inicio de operación del negocio	05/02/2009									
Número de RUC:	0691723224001									
Fecha de registro:	04/06/2021									
2.4 Forma de propiedad del establecimiento										
El establecimiento es de propiedad sociedad privada.										
2.5 Número de personas que trabajan en el establecimiento turístico por áreas										
<table border="1"><thead><tr><th>Hombres</th><th>Mujeres</th><th>Total</th></tr></thead><tbody><tr><td>7</td><td>5</td><td>12</td></tr></tbody></table>					Hombres	Mujeres	Total	7	5	12
Hombres	Mujeres	Total								
7	5	12								
3. CONSTITUCIÓN DE LA OFERTA										
3.1 Capacidad instalada										
HABITACIONES	Número de habitaciones	Cantidad de camas	Número de plazas	Precio Promedio						
	7	25	129	\$ 50,20 - \$ 59,49						
Las habitaciones están distribuidas simples, matrimoniales (delux y estándares), twins y suite familiar duplex; cuentan con DirecTV, teléfono, baño privado, zona WI-FI, y todas las comodidades. Cada una de ellas es diferente, llevan el nombre de una planta y se encuentra un arte pintado a mano por un artista local.										

3.2 Formas de reserva	Correo electrónico Vía telefónica Página Web Navegadores Web Whatsapp						
3.3 Formas de pago	Efectivo, transferencia, tarjeta de crédito y débito						
3.4 Servicios complementarios	Alimentación, spa, salón de eventos y conferencias, bar y tienda virtual.						
4. COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN							
4.1 Publicidad							
La publicidad del negocio se realiza por medio de las redes sociales como: Facebook e instagram, adicionalmente, cuenta con correo electrónico, página web y se promociona en la página de oficial de Turismo de Riobamba.							
4.2 Forma de comercialización							
Directa: (x) Indirecta / intermediarios ()							
5. ACCESO A SERVICIOS BÁSICOS							
Al estar en el sector urbano cuenta con todos los servicios básicos.							
6. ATRACTIVOS TURÍSTICOS MÁS CERCANOS							
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Atractivo</th> <th>Distancia</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>6.1 Centro histórico de Riobamba</td> <td>650 m</td> </tr> <tr> <td>6.3 Parque Guayaquil y Estadio Olímpico Fernando Guerrero</td> <td>1,3 km</td> </tr> </tbody> </table>		Atractivo	Distancia	6.1 Centro histórico de Riobamba	650 m	6.3 Parque Guayaquil y Estadio Olímpico Fernando Guerrero	1,3 km
Atractivo	Distancia						
6.1 Centro histórico de Riobamba	650 m						
6.3 Parque Guayaquil y Estadio Olímpico Fernando Guerrero	1,3 km						
7. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS							
Explora Chimborazo, Ruta escondida: Huellas de mastodonte, Desierto de Palmira.							

Ficha 7: Hotel San Andrés

1. DATOS GENERALES										
Nombre del establecimiento turístico: Hotel San Andrés										
Años de funcionamiento: 10 años										
Horario de atención: 24 horas										
1.1 Ubicación:	1.1.1 Urbano		1.1.2 Rural	x						
1.2 Coordenadas:	1.2.1 Latitud: -1.59174									
	1.2.2 Longitud: -78.70374									
1.3 Parroquia:	San Andrés									
1.4 Dirección:	Chimborazo 4-53 y Bolívar Chiriboga									
1.5 Página Web:	-									
1.6 E-mail:	hotelsanandreschimborazo@gmail.com									
1.7 Teléfono/Fax:	(593) 98 627 9840									
2. ADMINISTRACIÓN										
2.1 Historia de creación del establecimiento turístico										
Surge de un emprendimiento familiar.										
2.2 Condición de propiedad										
Nombre del propietario/a:	Raúl Roberto Silva Humanante									
Título profesional que posee:	Ing. Ecoturismo									
La función de administrador es ejecutada por el mismo propietario.										
2.3 Fecha de inicio de operación del negocio	14/02/2012									
Número de RUC:	0600710453001									
Fecha de registro:	28/03/2012									
2.4 Forma de propiedad del establecimiento										
El establecimiento es de propiedad sociedad privada.										
2.5 Número de personas que trabajan en el establecimiento turístico por áreas										
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Hombres</th> <th>Mujeres</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0</td> <td>1</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>					Hombres	Mujeres	Total	0	1	1
Hombres	Mujeres	Total								
0	1	1								
3. CONSTITUCIÓN DE LA OFERTA										
3.1 Capacidad instalada										
	Número de habitaciones	Cantidad de camas	Número de plazas	Precio Promedio						
HABITACIONES	18	41	41	\$ 16,80 - \$ 20,00						
Las habitaciones están distribuidas simples, matrimoniales, dobles, triples y cuádruples y una quintuple.										
La infraestructura se encuentra en buenas condiciones										
3.2 Formas de reserva	Correo electrónico									
	Vía telefónica									
	Whatsapp									

3.3 Formas de pago	Efectivo y tarjeta de crédito						
3.4 Servicios complementarios	Alimentación y parqueadero						
4. COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN							
4.1 Publicidad							
La publicidad del negocio se realiza por medio de la red social Facebook, adicionalmente, cuenta con correo electrónico, y se promociona en la página de oficial de Turismo de Guano y en la app Guano Turístico.							
4.2 Forma de comercialización							
Directa: (x) Indirecta / intermediarios (x)							
5. ACCESO A SERVICIOS BÁSICOS							
Al estar en el parque central de la parroquia cuenta con todos los servicios básicos.							
6. ATRACTIVOS TURÍSTICOS MÁS CERCANOS							
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Atractivo</th> <th>Distancia</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>6.1 Iglesia de San Andrés</td> <td>450 m</td> </tr> <tr> <td>6.3 Centro de Guano</td> <td>7,9 km</td> </tr> </tbody> </table>		Atractivo	Distancia	6.1 Iglesia de San Andrés	450 m	6.3 Centro de Guano	7,9 km
Atractivo	Distancia						
6.1 Iglesia de San Andrés	450 m						
6.3 Centro de Guano	7,9 km						
7. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS							
Ninguna							

Ficha 8: Hotel Fray Lázaro

1. DATOS GENERALES														
Nombre del establecimiento turístico: Hotel Fray Lázaro														
Años de funcionamiento: 2 años														
Horario de atención: 8h00 – 19h00														
1.1 Ubicación:	1.1.1 Urbano	x	1.1.2 Rural											
1.2 Coordenadas:	1.2.1 Latitud: -1.60631 1.2.2 Longitud: -78.64532													
1.3 Parroquia:	La Matriz													
1.4 Dirección:	César León Hidalgo s/n, y Agustín Dávalos													
1.5 Página Web:	https://empalmepapeldigita.wixsite.com/fraylazaro													
1.6 E-mail:	quedeliciarestaurante@gmail.com													
1.7 Teléfono/Fax:	(593) 992803445 / (03) 2900124													
2. ADMINISTRACIÓN														
2.1 Historia de creación del establecimiento turístico														
Surge de un emprendimiento familiar.														
2.2 Condición de propiedad														
Nombre del propietario/a:	Ana Patricia Andrade Montalvo													
Título profesional que posee:	Ing. de Empresas													
La función de administrador es ejecutada por el mismo propietario.														
2.3 Fecha de inicio de operación del negocio	02/10/2020													
Número de RUC:	0602488975001													
Fecha de registro:	02/10/2020													
2.4 Forma de propiedad del establecimiento														
El establecimiento es de propiedad sociedad privada.														
2.5 Número de personas que trabajan en el establecimiento turístico por áreas														
<table border="1"><thead><tr><th>Hombres</th><th>Mujeres</th><th>Total</th></tr></thead><tbody><tr><td>0</td><td>1</td><td>1</td></tr></tbody></table>					Hombres	Mujeres	Total	0	1	1				
Hombres	Mujeres	Total												
0	1	1												
3. CONSTITUCIÓN DE LA OFERTA														
3.1 Capacidad instalada														
<table border="1"><thead><tr><th>HABITACIONES</th><th>Número de habitaciones</th><th>Cantidad de camas</th><th>Número de plazas</th><th>Precio Promedio</th></tr></thead><tbody><tr><td></td><td>10</td><td>16</td><td>26</td><td>\$ 20,00 - \$ 25,00</td></tr></tbody></table>	HABITACIONES	Número de habitaciones	Cantidad de camas	Número de plazas	Precio Promedio		10	16	26	\$ 20,00 - \$ 25,00				
HABITACIONES	Número de habitaciones	Cantidad de camas	Número de plazas	Precio Promedio										
	10	16	26	\$ 20,00 - \$ 25,00										
Las habitaciones están distribuidas en simples, dobles, triples, cuádruples y quintuple. La infraestructura se encuentra en buenas condiciones														
3.2 Formas de reserva	Correo electrónico Vía telefónica													

	Whatsapp								
3.3 Formas de pago	Efectivo y tarjeta de crédito								
3.4 Servicios complementarios	Alimentación y parqueadero								
4. COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN									
4.1 Publicidad									
La publicidad del negocio se realiza por medio de la red social Facebook, adicionalmente, cuenta con correo electrónico, página web y se promociona en la página oficial de Turismo de Guano y en la app Guano Turístico.									
4.2 Forma de comercialización									
Directa: (x) Indirecta / intermediarios ()									
5. ACCESO A SERVICIOS BÁSICOS									
Al estar en el parte central de la cabecera cantonal cuenta con todos los servicios básicos.									
6. ATRACTIVOS TURÍSTICOS MÁS CERCANOS									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Atractivo</th> <th>Distancia</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>6.1 Parque Central de Guano</td> <td>200 m</td> </tr> <tr> <td>6.3 Museo, Restos arqueológicos del Monasterio de la Asunción</td> <td>400 m</td> </tr> <tr> <td>6.4 Colina de Lluishi</td> <td>800 m</td> </tr> </tbody> </table>		Atractivo	Distancia	6.1 Parque Central de Guano	200 m	6.3 Museo, Restos arqueológicos del Monasterio de la Asunción	400 m	6.4 Colina de Lluishi	800 m
Atractivo	Distancia								
6.1 Parque Central de Guano	200 m								
6.3 Museo, Restos arqueológicos del Monasterio de la Asunción	400 m								
6.4 Colina de Lluishi	800 m								
7. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS									
Tour turístico									

Ficha 9: Hotel Marquez de Guano

1. DATOS GENERALES										
Nombre del establecimiento turístico: Hotel Marquez de Guano										
Años de funcionamiento: 4 años										
Horario de atención: 24 horas										
1.1 Ubicación:	1.1.1 Urbano	x	1.1.2 Rural							
1.2 Coordenadas:	1.2.1 Latitud: -1.60847 1.2.2 Longitud: -78.64752									
1.3 Parroquia:	El Rosario									
1.4 Dirección:	Cacique Toca Pasaje junto al museo									
1.5 Página Web:	http://hotel-las-ruinas.com-ecuador.com/es/#main									
1.6 E-mail:	gusthernandez-@hotmail.com									
1.7 Teléfono/Fax:	(593) 95 871 7369									
2. ADMINISTRACIÓN										
2.1 Historia de creación del establecimiento turístico										
Surge de un emprendimiento familiar.										
2.2 Condición de propiedad										
Nombre del propietario/a:	Byron Ramiro Buenaño Urquizo									
Título profesional que posee:	Ing. Ecoturismo									
La función de administrador es ejecutada por el mismo propietario.										
2.3 Fecha de inicio de operación del negocio	10/09/2018									
Número de RUC:	0603358177001									
Fecha de registro:	10/11/2019									
2.4 Forma de propiedad del establecimiento										
El establecimiento es de propiedad sociedad privada.										
2.5 Número de personas que trabajan en el establecimiento turístico por áreas										
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Hombres</th> <th>Mujeres</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0</td> <td>1</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>					Hombres	Mujeres	Total	0	1	1
Hombres	Mujeres	Total								
0	1	1								
3. CONSTITUCIÓN DE LA OFERTA										
3.1 Capacidad instalada										
HABITACIONES	Número de habitaciones	Cantidad de camas	Número de plazas	Precio Promedio						
	10	26	26	\$ 18,00 a \$ 20,00						
Las habitaciones están distribuidas simples, dobles, triples y cuádruples. La infraestructura se encuentra en buenas condiciones										
3.2 Formas de reserva	Correo electrónico Vía telefónica Whatsapp									

	Página web								
3.3 Formas de pago	Efectivo y tarjeta de crédito								
3.4 Servicios complementarios	Alimentación								
4. COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN									
4.1 Publicidad									
La publicidad del negocio se realiza por medio de la red social Facebook, adicionalmente, cuenta con correo electrónico, página web y se promociona en la página oficial de Turismo de Guano y en la app Guano Turístico.									
4.2 Forma de comercialización									
Directa: (x) Indirecta / intermediarios ()									
5. ACCESO A SERVICIOS BÁSICOS									
Al estar alrededor de la cabecera cantonal cuenta con todos los servicios básicos.									
6. ATRACTIVOS TURÍSTICOS MÁS CERCANOS									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Atractivo</th> <th>Distancia</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>6.1 Parque Central de Guano</td> <td>500 m</td> </tr> <tr> <td>6.3 Museo, Restos arqueológicos del Monasterio de la Asunción</td> <td>150 m</td> </tr> <tr> <td>6.4 Colina de Lluishi</td> <td>300 m</td> </tr> </tbody> </table>		Atractivo	Distancia	6.1 Parque Central de Guano	500 m	6.3 Museo, Restos arqueológicos del Monasterio de la Asunción	150 m	6.4 Colina de Lluishi	300 m
Atractivo	Distancia								
6.1 Parque Central de Guano	500 m								
6.3 Museo, Restos arqueológicos del Monasterio de la Asunción	150 m								
6.4 Colina de Lluishi	300 m								
7. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS									
Ninguna									

ANEXO C: ENCUESTA DE SATISFACCIÓN POR EL SERVICIO



HOTEL SAN RAFAEL

☎ 0995849506
✉ hotelsanrafael@gmail.com
📍 Vía a Guano

Encuesta de satisfacción

Valoramos sus comentarios. Por favor, háganos saber como ha sido su experiencia respondiendo a las siguientes preguntas.

Servicio adquirido

Alojamiento Restaurante Lounge bar Actividades

Por favor encierre en un círculo un número por cada pregunta.

Pregunta	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
El personal del establecimiento fue servicial y me trató con respeto	5	4	3	2	1
Estoy satisfecha con la calidad y precio del servicio	4	4	3	2	1
Estoy satisfecho con el tiempo de respuesta por el servicio	4	4	3	2	1
Estoy satisfecho con la funcionalidad de las instalaciones	4	4	3	2	1
Recomendaré el establecimiento	4	4	3	2	1

Sugerencias de mejora

Origen Nacional Extranjero

Edad

Sexo Masculino Femenino

.....
.....
.....
.....



epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL**

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 012 / 06 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: Joseline Tatiana Escudero Moyón
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: Recursos Naturales
Carrera: Turismo
Título a optar: Licenciada en Turismo
f. responsable: Ing. Cristhian Fernando Castillo Ruiz



0925-DBRA-UTP-2023