



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**  
**FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA**

**ADMINISTRACIÓN HOTELERA**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO INGENIERA EN**  
**GESTIÓN HOTELERA**

**TEMA:**

**“PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN CENTRO DE RETIRO ENFOCADO AL**  
**TURISMO ESPIRITUAL UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA,**  
**PARROQUIA LLOA, CANTÓN QUITO”.**

**AUTORA:**

**JENNY ELIZABETH DUQUE MEDINA**

**DIRECTOR:**

**ARQ. AGUSTÍN OLEAS**

**ABRIL - 2015**

**QUITO - ECUADOR**

## **Dedicatoria**

La realización de este proyecto al que he dedicado, mucho esfuerzo y sacrificio se lo dedico de manera directa a Dios y a mis seres de luz porque gracias a ellos he tenido la fuerza y perseverancia para llegar a cumplir esta meta tan importante para mi vida.

De manera especial y con amor infinito dedico este trabajo a mi Esposo Fernando, y a mis hijos, Ariana, Emilio y Noa que han apoyado incondicionalmente cada momento vivido en la realización de este proyecto.

Lo dedico también a mis amados padres que a pesar de la distancia siempre han estado junto a mí, en mi corazón, apoyándome e impulsándome a ser la persona que soy, con su enseñanza de valores, amor y preocupación.

A mis queridos hermanos que siempre los llevo en mi corazón, porque han sido parte importante en las diferentes etapas de mi vida.

A mis valiosos amigos que han sido como mis hermanos y han estado junto a mí brindándome su ayuda en los momentos más difíciles.

A mi Familia en general que ha contribuido de manera directa en la realización de este proyecto con su apoyo infinito y desinteresado.

## **Agradecimiento**

Mil gracias a Dios, porque él ha sido mi apoyo incondicional en cada instante de mi vida, y en especial en la realización de este trabajo, gracias por llenarme de fortaleza cada día.

Quiero agradecer de manera muy especial a mi Director de Tesis Arq. Agustín Oleas, muchas gracias por su comprensión, guía, ayuda y apertura para la cumplimiento de este trabajo.

A la Universidad Tecnológica Equinoccial, y a todos aquellos que estuvieron a mi lado durante el proceso de mis estudios universitarios, gracias por su enseñanza y apoyo en cada una de las situaciones.

Agradezco a cada uno de los maravillosos seres humanos que Dios ha puesto en mi camino en el momento y lugar indicado y aportaron con su granito de arena para ver este sueño realizado.

## **Certificación del estudiante de autoría del trabajo**

Yo, Jenny Elizabeth Duque Medina, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido presentado para ningún grado o calificación profesional.

Además; y, que de acuerdo a la Ley de propiedad intelectual, el presente Trabajo de Investigación pertenecen todos los derechos a la Universidad Tecnológica Equinoccial, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

-----  
Jenny Elizabeth Duque Medina

CI .....

**Informe de aprobación del director del trabajo de grado**  
**aprobación del director**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el (la) señor (señorita), Jenny Elizabeth Duque Medina, previo a la obtención del Grado de Especialista en Ingeniería en Gestión Hotelera.

Mención....., considero que dicho Trabajo reúne los requisitos y disposiciones emitidas por la Universidad Tecnológica Equinoccial por medio de la Dirección General de Posgrado para ser sometido a la evaluación por parte del Tribunal examinador que se designe.

En la Ciudad de....., a los.....del mes de.....de.....

-----  
Director: Arq. Agustín Oleas

CI: .....

## Índice general

Índice general.....	i
Índice de tablas .....	xi
Índice de ilustraciones.....	xv
Índice de anexos.....	xvii
Resumen ejecutivo .....	xviii
Abstract.....	xx
INTRODUCCIÓN .....	xxii
Planteamiento del Problema.....	xxii
Justificación e Importancia.....	xxiii
Idea a defender .....	xxiv
Objetivos de la investigación .....	xxiv
Objetivo General.....	xxiv
Objetivos Específicos. ....	xxiv
Marco Metodológico .....	xxv
Tipos de Investigación .....	xxv
Investigación Histórica .....	xxv
Investigación Cualitativa .....	xxv
Investigación Descriptiva .....	xxvi
Investigación de Campo .....	xxvi
Métodos.....	xxvii
Analítico – Sintético .....	xxvii

Inductivo – Deductivo .....	xxvii
Estático – Dinámico.....	xxviii
Instrumentos de Investigación .....	xxviii
CÁPITULO I .....	1
MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL .....	1
1.1 Turismo .....	1
1.1.1 Reseña Histórica.....	1
1.1.2 Visión del Turismo en el Mundo .....	3
1.1.2.1 El Turismo como factor clave del desarrollo socioeconómico del mundo .....	4
1.1.2.2 Visión del turismo a nivel de las Américas.....	5
1.1.2.3 Enfoque a largo plazo.....	6
1.2 Turismo Espiritual.....	7
1.2.1 Análisis sobre el Turismo Espiritual en el mundo .....	10
1.2.2 Destinos más visitados en el mundo orientados al Turismo Espiritual.....	11
1.3 Visión del Turismo en el Ecuador.....	12
1.3.1 Ecuador .....	12
1.3.2 La industria turística como fuente de ingresos en Ecuador.....	13
1.3.3 Ecuador destino turístico y generador de la economía interna .....	14
1.3.4 El turismo generador de Empleo.....	18
1.3.5 Campañas para promocionar el turismo Nacional e Internacional .....	18
1.3.6 Turismo Ecuador Largo Plazo .....	21

1.4	Análisis del Turismo Espiritual en el Ecuador.....	23
1.5	Definición de que es un Centro de Retiro Espiritual.....	26
1.6	Provincia de Pichincha .....	26
1.7	Generalidades Provincia de Pichincha .....	28
1.7.1	Condiciones demográficas .....	29
1.7.2	Orografía .....	29
1.7.3	Hidrografía .....	29
1.7.4	Recursos naturales.....	30
1.7.5	Industrias .....	30
1.7.6	Comercio .....	30
1.7.7	Comidas típicas .....	30
1.7.8	Atractivos Turísticos en Pichincha.....	30
1.8	Quito la Carita de Dios Capital del Ecuador. ....	32
1.8.1	Generalidades de Quito. ....	34
1.8.2	Gastronomía .....	34
1.8.3	Tradiciones .....	35
1.8.4	Atractivos Turísticos Quito .....	36
1.9	Parroquia de Lloa .....	38
1.9.1	Generalidades de la Población de Lloa .....	38
1.9.2	Reseña Histórica.....	38
1.9.3	Hitos Históricos de la Parroquia de Lloa .....	39



1.9.4	Ubicación Geográfica.....	41
1.9.5	Demografía.....	42
1.9.6	Condiciones de Pobreza .....	43
1.9.7	Análisis de la densidad Poblacional .....	44
1.9.8	Condiciones Climatológicas.....	44
1.9.9	Recursos Naturales.....	45
1.9.10	Turismo y Atractivos Turísticos en Lloa .....	46
1.9.11	Oferta Turística y de Servicios de Lloa.....	47
1.9.12	Infraestructura Básica.....	49
1.9.12.1	Agua para consumo humano:.....	49
1.9.12.2	Alcantarillado (Sistema de aguas servidas):.....	49
1.9.12.3	Recolección de basura:.....	50
1.9.12.4	Energía eléctrica:.....	50
1.9.12.5	Alumbrado público:.....	50
1.9.12.6	Infraestructura Salud .....	50
1.9.12.7	Redes viales y de transporte .....	50
2	CAPITULO II. PROPUESTA.....	51
2.1	ESTUDIO DE MERCADO .....	51
2.1.1	Objetivo General .....	51
2.1.2	Objetivos Específicos.....	51
2.1.3	Análisis de la demanda.....	51

2.1.4 Segmentación de Mercado .....	52
2.1.5 Importancia de la segmentación de mercados.....	52
2.1.6 Población y Muestra.....	53
2.1.6.1 Determinación de la Población.....	53
2.1.6.2 Cálculo del Universo .....	54
2.1.6.3 Prueba Piloto .....	55
2.1.6.4 Tabulación de la Prueba Piloto.....	55
2.1.6.5 Tamaño de la Muestra .....	56
2.1.7 Formato de encuesta.....	58
2.1.8 Metodología de la Investigación de Campo.....	61
2.1.9 Tabulación de Encuestas. ....	62
2.1.10 Conclusiones y Recomendaciones del Estudio de Mercado. ....	72
2.1.10.1 Conclusiones. ....	72
2.1.10.2 Recomendaciones.....	73
2.1.11 Cuantificación de la demanda. ....	74
2.1.11.1 Demanda Inicial. ....	74
2.1.11.2 Demanda Real. ....	75
2.1.11.3 Cuantificación de la demanda proyectada.....	75
2.1.12 Análisis de la oferta.....	76
2.1.12.1 Factores que influyen en la oferta .....	77
2.1.12.2 Número de competidores internos.....	77

2.1.12.3 Precios promedio de productos relacionados .....	78
2.1.12.4 Número de competidores externos .....	80
2.1.12.5 Cuantificación de la Oferta. ....	82
2.1.13 Balance Oferta Demanda. ....	83
2.2 PLAN DE MERCADEO.....	84
2.2.1 Objetivos del Plan de Marketing.....	84
2.2.2 Análisis FODA.....	84
2.2.3 Estrategias del mix de Marketing.....	90
2.2.3.1 Estrategias del Producto o Servicio.....	90
2.2.3.2 Estrategias de Precio.....	93
2.2.3.3 Estrategias de Plaza .....	93
2.2.3.4 Estrategias de Promoción .....	94
2.2.4 Presupuesto del Plan de Marketing.....	96
2.3 ESTUDIO TÉCNICO. ....	97
2.3.1 Localización del Proyecto. ....	97
2.3.1.1 Macro Localización. ....	97
2.3.1.2 Micro localización. ....	97
2.3.1.3 Factores para Localización .....	98
2.3.2 Ingeniería del Proyecto. ....	99
2.3.2.1 Tamaño y Capacidad máxima instalada. ....	99
2.3.2.2 Diseño y distribución de las Áreas del Proyecto. ....	103

2.3.2.3	Especificaciones del servicio a prestarse.....	111
2.3.2.4	Descripción del Proceso de Presentación del Servicio.....	114
2.3.2.4.1	Flujograma del proceso de ingreso de los huéspedes .....	114
2.3.2.4.2	Proceso de ingreso al Spa, Ayurveda y Áreas de Meditación ...	114
2.3.2.4.3	Flujograma del proceso de ingreso al del Restaurante .....	115
2.3.2.5	Requerimiento de Infraestructura .....	116
2.3.2.6	Requerimiento Mobiliario y Equipo.....	117
2.3.2.7	Requerimiento de vehículo.....	119
2.3.2.8	Requerimiento Menaje y Vajilla. ....	120
2.3.2.9	Requerimiento Menaje de habitaciones.....	121
2.3.2.10	Requerimiento de Equipamiento para el Área de Alojamiento.....	122
2.3.2.11	Total de inversión en Activos Fijos.....	124
2.3.2.12	Total de inversión en Activos Diferidos. ....	125
2.3.2.13	Suministros y Servicio Básicos.....	125
2.3.2.14	Provisión de Materia Prima en Habitaciones y Spa. ....	126
2.3.2.15	Materia Prima Insumos en Área de Restaurante .....	126
2.3.3	Desglose del Producto a ofertar .....	127
2.3.4	Precio Promedio del Producto a Ofertar .....	128
2.4	ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	129
2.4.1	Misión .....	129
2.4.2	Visión .....	129

2.4.3	Valores y Principios Corporativos .....	130
2.4.4	Valores .....	131
2.4.5	Nombre o Razón Social .....	132
2.4.6	Organigrama de Puestos.....	133
2.4.7	Detalle Organigrama Funcional .....	133
2.4.8	Nómina del personal requerido para el Proyecto .....	142
2.4.8.1	Provisión Empleados .....	143
2.5	ESTUDIO LEGAL.....	145
2.5.1	Requisitos Legales para la creación de AFTAN AMEYA SPA RESORT .....	145
2.5.1.1	Acta de constitución .....	146
2.5.1.2	RUC: Registro Único de Contribuyentes .....	147
2.5.1.3	Requisitos Legales Adicionales.....	147
2.5.1.4	Licencia Anual de Funcionamiento.....	148
2.5.1.5	Registro en el Ministerio de Turismo.....	149
2.5.1.6	Cámara Provincial de Turismo CAPTUR .....	150
2.6	Resumen de la inversión para el proyecto.....	150
2.6.1	Presupuesto de imprevistos del proyecto. ....	150
2.6.2	Capital de Trabajo. ....	151
2.6.3	Presupuesto de Financiamiento de la Inversión .....	151
3	CAPÍTULO 3. RESULTADOS .....	154
3.1	ESTUDIO FINANCIERO.....	154

3.1.1	Proyección de Ventas, Costos y Gastos. ....	154
3.1.1.1	Presupuesto de Ingresos. ....	154
3.1.1.2	Presupuesto de Egresos o Costos. ....	156
3.1.1.3	Presupuesto de Mano de Obra Directa. ....	157
3.1.1.4	Presupuesto de Mano de Obra Indirecta.....	159
3.1.1.5	Presupuesto de Insumos Indirectos. ....	160
3.1.1.6	Presupuesto de Mantenimiento.....	160
3.1.1.7	Presupuesto de gastos administrativos. ....	160
3.1.1.7.1	Servicios Básicos Administración. ....	160
3.1.1.7.2	Materiales de Oficina.....	161
3.1.1.7.3	Sueldos y Salarios Administrativos.....	161
3.1.1.8	Presupuesto de Gastos de Ventas. ....	163
3.1.2	Proyección de Costos y Gastos. ....	163
3.1.3	Estado de Resultados.....	164
3.1.4	Flujo de Fondos.....	165
3.1.5	Análisis VAN. ....	165
3.1.6	Análisis TIR. ....	166
3.1.7	Relación Beneficio – Costo.....	167
3.1.8	Periodo de recuperación de la Inversión. ....	168
3.1.9	Punto de Equilibrio del proyecto.....	169
3.1.10	Proyección del Balance General. ....	170

3.1.11 Indicadores Financieros. ....	172
3.1.12 Liquidez.....	172
3.1.13 Deuda .....	172
3.1.14 Margen de contribución .....	172
3.2 Estudio Ambiental y Social.....	173
3.2.1 Objetivos del estudio Ambiental.....	173
3.2.2 Importancia de Evaluación posibles Impactos Ambientales.....	173
▪ Impacto Ambiental.....	173
▪ Impacto Social .....	174
3.2.3 Ventajas de Estudio de Impacto Ambiental .....	174
3.2.4 Buenas Prácticas Ambientales .....	174
3.2.5 Aplicación de la Buenas Prácticas Ambientales en AFTAN AMEYA SPA RESORT .....	176
3.2.6 Certificación Smart Voyager.....	177
3.2.7 Beneficios de la Certificación .....	177
3.4 Conclusiones y Recomendaciones .....	181
3.4.1 Conclusiones .....	181
3.4.2 Recomendaciones.....	183
Bibliografía .....	185
Glosario.....	189
Anexos .....	191

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Turismo Mundial 2013 .....	5
<b>Tabla 2</b> Destinos más visitados en el mundo por Turismo Espiritual.....	12
<b>Tabla 3.</b> Cifras Claves Turismo Ecuador 2013 .....	14
<b>Tabla 4.</b> Llegada de Extranjeros a Ecuador por mes año 2013.....	17
<b>Tabla 5.</b> Proyección de Llegadas, Generación de Divisas, Gasto por Visitante .....	22
<b>Tabla 6.</b> Generalidades Provincia de Pichincha.....	28
<b>Tabla 7.</b> Generalidades de Quito Capital del Ecuador .....	34
<b>Tabla 8.</b> Indicadores de Pobreza Parroquia de Lloa.....	43
<b>Tabla 9.</b> Bosques Protectores Parroquia de Lloa .....	46
<b>Tabla 10.</b> Atractivos Turísticos de la Parroquia de Lloa.....	47
<b>Tabla 11.</b> Servicios Turísticos Parroquia de Lloa .....	49
<b>Tabla 12.</b> Segmentación de Mercado .....	53
<b>Tabla 13.</b> Pregunta 1 .....	62
<b>Tabla 14.</b> Pregunta 2 .....	63
<b>Tabla 15.</b> Pregunta 3 .....	64
<b>Tabla 16.</b> Pregunta 4 .....	65
<b>Tabla 17.</b> Pregunta 5 .....	66
<b>Tabla 18.</b> Pregunta 6 .....	67
<b>Tabla 19.</b> Pregunta 7 .....	68
<b>Tabla 20.</b> Pregunta 8 .....	69
<b>Tabla 21.</b> Pregunta 9 .....	70
<b>Tabla 22.</b> Pregunta 10 .....	71
<b>Tabla 23.</b> Proyección de la Demanda.....	76



<b>Tabla 24.</b> Servicios de Alimentación .....	77
<b>Tabla 25.</b> Datos de la competencia Directa.....	78
<b>Tabla 26.</b> Datos de la competencia directa .....	79
<b>Tabla 27.</b> Datos de la competencia directa .....	79
<b>Tabla 28.</b> Información Competencia Externa .....	80
<b>Tabla 29.</b> Cuantificación de la oferta directa.....	82
<b>Tabla 30.</b> Proyección de la Oferta Directa.....	83
<b>Tabla 31.</b> Cuantificación de la oferta indirecta.....	83
<b>Tabla 32.</b> Proyección de la Oferta Indirecta .....	83
<b>Tabla 33.</b> Balance Oferta Demanda .....	83
<b>Tabla 34.</b> Matriz FODA de análisis Estratégico .....	87
<b>Tabla 35.</b> Correlación Matriz FODA .....	89
<b>Tabla 36</b> Presupuesto Plan de Marketing.....	96
<b>Tabla 37.</b> Plazas y Capacidad de “AFTAN AMEYA” SPA RESORT Centro de Retiro Espiritual .....	100
<b>Tabla 38.</b> Distribución de las instalaciones de “AFTAN AMEYA” SPA RESORT.....	103
<b>Tabla 39.</b> Detalle de la distribución del Área de Alojamiento.....	111
<b>Tabla 40.</b> Detalle de la distribución del Área de Meditación, SPA y Restaurante .....	112
<b>Tabla 41.</b> Costo de Terreno para Proyecto.....	116
<b>Tabla 42.</b> Presupuesto de Construcción y Acabados Recursos Físicos .....	116
<b>Tabla 43.</b> Requerimiento de Mobiliario y Equipo .....	117
<b>Tabla 44.</b> Vehículo.....	119
<b>Tabla 45.</b> Requerimiento de Menaje y Vajilla .....	120
<b>Tabla 46.</b> Requerimiento en Linos .....	121
<b>Tabla 47.</b> Requerimiento en Cabañas y Habitaciones.....	122
<b>Tabla 48.</b> Inversión total en Activos Fijos .....	124

<b>Tabla 49.</b> Depreciación de Activos Fijos .....	124
<b>Tabla 50.</b> Inversión en Activos Diferidos .....	125
<b>Tabla 51.</b> Amortización de Activos Diferidos .....	125
<b>Tabla 52.</b> Detalle Costo de Suministros y Servicios .....	125
<b>Tabla 53.</b> Materia Prima insumos en Área de Alojamiento:.....	126
<b>Tabla 54.</b> Materia Prima insumos en Área de SPA y Meditación .....	126
<b>Tabla 55.</b> Desglose P.V.P Producto a Ofertar Paquete Ayurveda para 2 pax.....	127
<b>Tabla 56.</b> Desglose P.V.P Producto a Ofertar Paquete Aftan Ameya Romántico para 2 pax .....	127
<b>Tabla 57.</b> Precio Promedio de Paquetes.....	128
<b>Tabla 58.</b> Nómina de Personal .....	143
<b>Tabla 59.</b> Rol de Provisiones .....	144
<b>Tabla 60.</b> Acta de Constitución.....	147
<b>Tabla 61.</b> Capital de Trabajo.....	151
<b>Tabla 62.</b> Resumen Inversión y Financiamiento.....	153
<b>Tabla 63.</b> Financiamiento Crédito CFN.....	153
<b>Tabla 64.</b> Paquetes vendidos mensual y anualmente .....	155
<b>Tabla 65.</b> Proyección de Ventas de acuerdo a la OCC mensual. ....	155
<b>Tabla 66.</b> Proyección de Ventas Anual .....	155
<b>Tabla 67.</b> Presupuesto de Materia Prima .....	156
<b>Tabla 68.</b> Proyección de Costos de acuerdo a la OCC mensual. ....	156
<b>Tabla 69.</b> Proyección anual de costos .....	156
<b>Tabla 70.</b> Presupuesto de Mano de Obra Directa.....	157
<b>Tabla 71.</b> Proyección Anual Mano de Obra Directa.....	158
<b>Tabla 72.</b> Presupuesto de Mano de Obra Indirecta .....	159
<b>Tabla 73.</b> Proyección anual de Mano de Obra Indirecta.....	159

<b>Tabla 74.</b> Proyección de Insumos Indirectos .....	160
<b>Tabla 75.</b> Proyección de Mantenimiento .....	160
<b>Tabla 76.</b> Proyección Servicios Básicos Administrativos .....	161
<b>Tabla 77.</b> Proyección Materiales de Oficina .....	161
<b>Tabla 78.</b> Presupuesto de Salarios Administrativos.....	162
<b>Tabla 79.</b> Proyección de Salarios Administrativos .....	162
<b>Tabla 80.</b> Proyección de Gastos de Ventas. ....	163
<b>Tabla 81.</b> Proyección de Costos y Gastos .....	163
<b>Tabla 82.</b> ESTADO DE RESULTADOS .....	164
<b>Tabla 83.</b> FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO .....	165
<b>Tabla 84.</b> Cálculo del VAN.....	166
<b>Tabla 85.</b> Cálculo del TIR.....	167
<b>Tabla 86.</b> Relación Beneficio Costo .....	168
<b>Tabla 87.</b> Periodo de recuperación de la inversión .....	168
<b>Tabla 88.</b> Proyección Balance General .....	171

## Índice de ilustraciones

<b>Ilustración 1</b> Proyección del Turismo 2030.....	7
<b>Ilustración 2</b> Turismo receptor por motivo de visita .....	11
<b>Ilustración 3</b> Entrada de Extranjeros al Ecuador en el 2013 .....	15
<b>Ilustración 4</b> El turismo en la Economía de Ecuador .....	16
<b>Ilustración 5</b> Establecimientos Turísticos y de Empleo .....	18
<b>Ilustración 6.</b> Turismo Nacional y Extranjero .....	20
<b>Ilustración 7.</b> Articulación Temática Plandetur 2020.....	23
<b>Ilustración 8.</b> Mapa Parroquia de Lloa – Quito .....	38
<b>Ilustración 9.</b> Hitos Históricos Parroquia de Lloa en el Ámbito Económico .....	39
<b>Ilustración 10.</b> Hitos Históricos Parroquia de Lloa en el Ámbito Social .....	40
<b>Ilustración 11.</b> Hitos Históricos Parroquia de Lloa en el Ámbito Ambiental .....	41
<b>Ilustración 12.</b> Turistas Nacionales que realizan viajes por Turismo de Salud a Pichincha ..	54
<b>Ilustración 13.</b> Aceptación para la propuesta de Creación de un Centro de Retiro espiritual en Lloa .....	56
<b>Ilustración 14.</b> Pregunta 1.....	62
<b>Ilustración 15.</b> Pregunta 2.....	63
<b>Ilustración 16.</b> Pregunta 3.....	64
<b>Ilustración 17.</b> Pregunta 4.....	65
<b>Ilustración 18.</b> Pregunta 5.....	66
<b>Ilustración 19.</b> Pregunta 6.....	67
<b>Ilustración 20.</b> Pregunta 7.....	68
<b>Ilustración 21.</b> Pregunta.....	69
<b>Ilustración 22.</b> Pregunta 9.....	70
<b>Ilustración 23.</b> Pregunta 10.....	71
<b>Ilustración 24.</b> Tasa de crecimiento interanual.....	75

<b>Ilustración 25.</b> Micro Localización de AFTAN AMEYA SPA RESORT .....	98
<b>Ilustración 26.</b> Plano de la distribución de “AFTAN AMEYA” Centro de Retiro Espiritual .....	101
<b>Ilustración 27.</b> Ubicación de del Plano en la Propiedad.....	102
<b>Ilustración 28.</b> Descripción grafica de Cabañas “AFTAN AMEYA” SPA RESORT .....	105
<b>Ilustración 29.</b> Menú Avani Restaurante .....	107
<b>Ilustración 30.</b> Descripción gráfica de Áreas de SPA y Meditación “AFTAN AMEYA” SPA RESORT .....	109
<b>Ilustración 31.</b> Proceso de Ingreso de los Huéspedes de “AFTAN AMEYA” SPA RESORT ....	114
<b>Ilustración 32.</b> Proceso de Ingreso de los Huéspedes de “AFTAN AMEYA” a los Programa Ayurveda .....	114
<b>Ilustración 33.</b> Proceso de Ingreso de los Huéspedes de “AFTAN AMEYA” a los Programas de Meditación .....	115
<b>Ilustración 34.</b> Proceso de restaurante “AFTAN AMEYA” a los Programas de Meditación.....	115
<b>Ilustración 35.</b> Misión AFTAN AMEYA” SPA RESORT Centro de Retiro Espiritual ....	129
<b>Ilustración 36.</b> Visión AFTAN AMEYA” SPA RESORT Centro de Retiro Espiritual.....	130
<b>Ilustración 37.</b> Logotipo “AFTAN AMEYA” SPA RESORT Centro de Retiro Espiritual.....	132
<b>Ilustración 38.</b> Organigrama “AFTAN AMEYA” SPA RESORT Centro de Retiro Espiritual.....	133
<b>Ilustración 39.</b> Punto de Equilibrio .....	170
<b>Ilustración 40.</b> Las tres R´s.....	178
<b>Ilustración 41.</b> Residuos Orgánicos e Inorgánicos .....	178
<b>Ilustración 42.</b> Detalle materiales Reciclables y no Reciclables .....	179
<b>Ilustración 43.</b> Clasificación de desechos en contenedores.....	179

**Índice de anexos**

<b>Anexo 1.</b> Desayuno Ayurveda.....	191
<b>Anexo 2.</b> Almuerzo Ayurveda.....	191
<b>Anexo 3.</b> Cena Ayurveda.....	192
<b>Anexo 4.</b> Postre Ayurveda.....	192
<b>Anexo 5.</b> Desayuno Aftan Ameya Romántico .....	193
<b>Anexo 6.</b> Almuerzo o Cena Afatan Ameya Romántico .....	193
<b>Anexo 7.</b> Almuerzo o Cena Aftan Ameya Romántico .....	194
<b>Anexo 8.</b> Postre Aftan Ameya Romántico .....	195
<b>Anexo 9.</b> Tabla de Amortización de Préstamo .....	196
<b>Anexo 10.</b> Matriz Evaluación de Impactos.....	197
<b>Anexo 11.</b> Matriz de Ambiental de Acciones Propuestas .....	198
<b>Anexo 12.</b> Pag Web Aftan Ameya Spa Resort .....	199
<b>Anexo 13.</b> Twittr Aftan Ameya Spa Resort.....	199
<b>Anexo 14.</b> Face Book Aftan Ameya Spa Resort .....	199

## Resumen ejecutivo

La industria turística es un movimiento que impulsa la economía de un país de manera sustancial; al tocar el tema Turismo es imposible dejar de lado a la hotelería, puesto que ésta respalda y perfecciona la actividad turística en cualquier ámbito que se desarrolle. En la actualidad es perceptible el crecimiento hotelero que ha tenido nuestro país, con la apertura de establecimientos que ofertan hospedaje con visión innovadora y de crecimiento sustancial, brindando al huésped servicios atractivos hasta en los lugares más inhóspitos del Ecuador.

El turismo es considerado una actividad que abarca los recursos naturales y humanos, y al ser tratados de manera organizada logra vincular a la comunidad con el objetivo de captar turistas y generar recursos económicos significativos para el desarrollo del lugar donde sea generado, promoviendo un progreso sostenible bastante sólido.

Esta propuesta hotelera abarca la construcción de un Centro de Retiro Espiritual “AFTAN AMEYA SPA RESORT” el mismo que tiene como finalidad impulsar el desarrollo del turismo espiritual, ofreciendo un producto innovador donde el huésped este envuelto, en un matiz de serenidad, paz y equilibrio en su cuerpo, mente y espíritu, por medio de interesantes técnicas de meditación y sana alimentación. Esta propuesta está enfocada a todas aquellas personas que buscan un espacio con su ser interno. Según la prueba piloto realizada, el 89% de personas encuestadas en Quito, buscarían un espacio que les brinde este servicio a pocos minutos de la ciudad. Además de que la realización de este proyecto pretende probar la viabilidad de su inversión.

La estrategia fundamental para posesionar el Centro de Retiro Espiritual en el mercado: es la aplicación de una constante pero efectiva campaña promocional, atacando los puntos importantes para captar la mayor cantidad de huéspedes, y al ser ésta una propuesta innovadora

e interesante que brinda equilibrio a los seres humanos en medio de tanto estrés. Se pretende que las campañas sean efectivas y favorables para el establecimiento.

Para la puesta en marcha de este ambicioso proyecto se requiere una inversión total de USD 2.003.552,15 un capital de trabajo de USD 29,069.00, inversión en activos fijos de USD 1.755.036,69 inversión que se realizara con el 31% inversión propia que equivale a USD 615.100,00 y el 69% financiamiento bancario con la CFN que equivale al USD 1388.452,15

Según el análisis financiero del proyecto se obtiene un VAN de USD 455.590,70 y un TIR de 22,46% lo que revela la viabilidad en la ejecución de inversión de la propuesta.

Por otra parte la creación de este establecimiento en la Población de Lloa impulsará aún más el Turismo que en el sector no está 100% explotado y genera numerosas fuentes de trabajo contribuyendo así al desarrollo económico de la población y por ende del país.

Después del análisis realizado podemos determinar que la propuesta de Creación de un Centro de Retiro Espiritual es un proyecto de inversión realizable para su ejecución.



## Abstract

The Tourism Industry is a movement that substantially drives the economy of any country; when someone speaks about the Tourism, is impossible to ignore the Hotel Business, since both goes hand by hand because it supports and enhances the tourism activity in any area to develop. Nowadays, the Hotel Business growth in our country has been clearly perceived, with the opening of establishments that offer lodging with innovative and substantial growth vision, providing attractive services to the guests, even in the most inhospitable places on Ecuador.

The Tourism Industry is considered an activity that encompasses the natural and human resources, and when treated in an organized manner, succeeds in linking the community with the aim to attract tourists and generate significant economic income for the development of the place where generated , promoting a pretty solid sustainable progress.

This hotel proposal includes the construction of a Center for Spiritual Retreat "AFTAN AMEYA SPA RESORT" which will promote the development of spiritual tourism, offering an innovative product that will surround to the host in an environment of serenity and peace, getting equilibrium in body, mind and spirit through interesting meditation techniques and healthy eating. This proposal is aimed to all those people looking for a contact with their inner being. According to the survey, 89% of asked people in Quito, would like to find a Center that offers this kind of service located just a few minutes away from the city. Besides, this project will demonstrate the viability of their investment.

The fundamental strategy to position the Spiritual Retreat Center in the market is the application of a constant and effective promotional campaign, emphasizing all important and innovative offerings which will provide a spiritual equilibrium to the human being to avoid the stressful environment where everybody lives.

Campaigns must be effective and favorable for the Center.

To develop this ambitious project, a total investment of 2003.552,00 USD is required. This investment represents a working capital of 125.907,96 USD and a fixed assets investment of 1755.036,69 USD. This investment will be financed with the 31% of own capital which represent 615.100,00 USD and 69% of Banking capital with the CFN which represents 1.388.452, 15 USD.

As per the financial analysis, the project has a VAN of 455.590,70 USD and a TIR of 22, 46%, these values justify the investment.

Moreover the creation of this facility in the City of Lloa further boost tourism in the area is not 100% exploited and generates numerous jobs and contributing to the economic development of the population and therefore the country.

After the analysis we made we can determine that the proposed Creating a Spiritual Retreat Center is a project of feasible investment for their implementation.

## INTRODUCCIÓN

### **“PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN CENTRO DE RETIRO ENFOCADO AL TURISMO ESPIRITUAL UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, PARROQUIA LLOA, CANTÓN QUITO”.**

#### **Planteamiento del Problema**

En la actualidad el turismo avanza a pasos agigantados y con el nacen nuevas e interesantes maneras de hacer turismo como: turismo comunitario, turismo de aventura, turismo de salud, turismo espiritual, turismo gastronómico etc. Muchos de ellos están ganado espacio alrededor del mundo.

El turismo espiritual muestra una forma interesante para disfrutar de la naturaleza, ofreciendo al visitante un abanico de opciones que les proporcione paz, equilibrio, armonía para su cuerpo mente y espíritu; En estos días donde el estrés, la vida de ciudad, el trabajo desmedido, la rutina con los hijos y demás son detonantes para las personas tanto en su salud como en su parte emocional, es necesario tener cerca de la ciudad un lugar prodigioso que permita el descanso, el contacto con la naturaleza de manera directa, pero sobre todo ese encuentro personal con el yo interno, para tomar un respiro y continuar con la vida cotidiana.

En la ciudad de Quito no existen este tipo de lugares que brinden un espacio de quietud, relajamiento y paz espiritual, donde se ofrezca un servicio único de alojamiento y alimentación sin distinción de género o religión.

La falta de interés de las personas de acudir a este tipo de lugares, el desconocimiento sobre el tema espiritual, la poca práctica de varias técnicas como el yoga, reiki, meditación, ayurveda y el reducido número de estos lugares cerca de la ciudad son puntos importantes a tomar en cuenta para la realización de este proyecto, que pretende cubrir las necesidades de

las personas que buscan proyectar su vida desde un punto de vista espiritual (contacto con su ser y la naturaleza) o pretenden incursionar en ella.

Lloa es una población a pocos minutos de la capital, desde siempre dedicada a la agricultura y ganadería siendo este el motor principal de su economía, este encantador lugar es propicio para el tipo de actividad que pretende ofrecer; Además de invitar al visitante a observar mágicos paisajes amplios y acogedores senderos de recorrido con variedad de flora y fauna donde culminan las faldas del majestuoso volcán Guagua Pichincha.

### **Justificación e Importancia**

El presente proyecto es la ventana para poder aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de los estudios en la carrera de Ingeniería en Hotelería y así desarrollar una propuesta incomparable de hospedaje y alimentación donde la preferencia sea brindar al huésped un servicio personalizado acorde a sus necesidades, direccionado al Turismo Espiritual no religioso, utilizando herramientas útiles e innovadoras que puedan ayudar a los seres humanos con el fortalecimiento y encuentro con su ser interno lo cual proporciona una vida equilibrada, saludable y activa, el principal interés es brindar un espacio de espiritualidad y relajación, para renovar el alma y espíritu.

La implementación de este centro de espiritualidad intenta entregar una idea transformadora donde las personas que lo visiten tengan una opción para salir de la rutina sin necesidad de viajar largos trayectos, facilitando el acceso a cualquier hora del día o de la noche brindando así a los visitantes la oportunidad de relajarse por unas horas o por un periodo más prolongado de tiempo. Por lo tanto la pequeña y acogedora población de Lloa que aún no ha sido explotada al máximo en cuanto a turismo y servicios turísticos, es el lugar perfecto para el desarrollo del proyecto, tomando en cuenta también sus hermosos paisajes, espectacular vista del Guagua Pichincha y las montañas que lo rodean, sumado su fascinante flora y fauna hacen de Lloa el lugar perfecto para transmitir a los visitantes paz y tranquilidad.

El Estudio de Mercado nos proporcionará un enfoque claro de las características y necesidades presentes y futuras del segmento de mercado para proyectar la factibilidad económica y financiera de dicho centro, también nos permitirá tener un enfoque sobre el Plan de marketing a utilizarse para llegar a nuestros posibles clientes de manera efectiva.

### **Idea a defender**

La propuesta de creación de un Centro de Retiro Espiritual en Lloa, se realiza con el fin de ofrecer a los visitantes un nuevo concepto de turismo, basado en actividades de meditación y relajamiento las mismas que proporcionarán al huésped bienestar tanto en su parte física como emocional, incorporando a esta oferta una fusión de servicios de alojamiento y alimentación bajo escritos niveles de nutrición y asistencia personalizada, lo que ayudara a la calidad de vida de los pobladores como también a potenciar el turismo de la población de Lloa.

### **Objetivos de la investigación**

#### **Objetivo General**

Proponer la creación de un Centro de Retiro enfocado al Turismo Espiritual ubicado en la Provincia de Pichincha, Parroquia Lloa, Cantón Quito, como un espacio de relajación y encuentro para las personas sin preferencias religiosas, impulsándolas a conocer su verdadero ser interno mediante la utilización de varios servicios tales como: alimentación, alojamiento, ayurveda, actividades espirituales, etc.

#### **Objetivos Específicos.**

- Conocer la zona de estudio, para establecer las directrices a seguir durante el proceso de investigación, las mismas que ayudarán a definir datos importantes para los diferentes estudios a realizarse en el presente proyecto.
- Definir las estrategias de Marketing para dar a conocer el Centro, así como también establecer las áreas que embarcará el proyecto para su construcción, descripción de

áreas y servicio a ofrecer, establecer el perfil idóneo de futuros colaboradores, diseño de su respectivo plano de acuerdo a los requerimientos del establecimiento.

- Determinar el presupuesto estimado para la realización del proyecto su rentabilidad económico – financiera, como también definir el impacto ambiental que causara el proyecto en Lloa debido a la presencia de flora y Fauna.

## **Marco Metodológico**

### **Tipos de Investigación**

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad analizar la factibilidad de creación de un Centro de Retiro Espiritual en la Parroquia de Lloa, por medio de este estudio se pretende buscar estrategias y alternativas turísticas, con el fin de fortalecer la industria hotelera en la zona y brindar una opción innovadora a los habitantes de Quito.

El tipo de investigación a realizarse se basara en: Cualitativa, Histórica, Descriptiva, de Campo.

#### **Investigación Histórica**

“La investigación Histórica, se orienta a estudiar los sucesos del pasado. Analiza la relación de dichos sucesos con otros eventos de la época y con sucesos presentes”. (Bernal, 2010, pág. 110)

Esta investigación se empleará en todo lo concerniente a los antecedentes e historia de la Población de Lloa, que hechos y personajes marcaron la historia de la región, de este modo se podrá relacionar los sucesos anteriores para poder tomar referencia en los sucesos presentes y futuros.

#### **Investigación Cualitativa**

“La metodología cualitativa, como indica su propia denominación, tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno” (Perez&Baez, 2009, pág. 23)

Uno de los patrones de investigación será el cualitativo, el cual permite una búsqueda minuciosa de datos, conceptos, teorías, etc. Relacionados con el tema de estudio para obtener un enfoque general de la propuesta de Creación de un Centro de Retiro Espiritual en Lloa y de este modo realizar un proceso de diseño del trabajo, recolección y análisis de datos para obtener así el resultado final en una base sólida y no es supuesto.

### **Investigación Descriptiva**

“La investigación descriptiva es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de dicho objeto”.

(Bernal, 2010, pág. 111)

Este método nos permitirá conocer datos actuales acerca de la influencia de turistas en la zona, su infraestructura hotelera e indicadores de crecimiento económico y así presentar la realidad actual de la población de estudio; También se lo utilizara en el Estudio Técnico de la presente propuesta permitiendo delimitar las dimensiones del proyecto y las condiciones en las que se desenvolverá el mismo.

### **Investigación de Campo**

La Investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta. (Santa & Martins, 2010, pág. 88)

La investigación de campo, nos permitirá recolectar datos en lugares estratégicos de la ciudad. Es preciso realizar esta investigación y observación para conocer la oferta y a demanda lo cual dará lugar para desarrollar el Estudio económico de este proyecto, y así determinar

perspectivas que permitan hacer de esta una inversión rentable, y así esta propuesta pueda a futuro pueda constituirse en una fuente de creación de empleo para la Población de Lloa.

A través de la exposición de los hechos se obtendrá un acercamiento con la realidad en la que se procura establecer dicho proyecto, esto facilitara enfocarse en el objetivo fundamental del proyecto que es la Propuesta de Creación de un Centro de Retiro enfocado al Turismo Espiritual en Lloa.

## **Métodos**

### **Analítico – Sintético**

“Proceso cognoscitivo consiste en descomponer un objeto de estudio, separando cada una de las partes de todo para estudiarlas en forma individual” (Bernal, 2010, pág. 60)

Llevar a cabo un análisis integral de todo aquello que se encuentre relacionado con la presente investigación, como el estudio de mercado, económico, técnico, impactos ambientales y sociales los cuales requieren de análisis e interpretación de forma cuantitativa y cualitativa. Mediante lo cual podremos evaluar resultados y emitir conclusiones, recomendaciones y una síntesis final del proyecto.

### **Inductivo – Deductivo**

“Método de inferencia, se basa en la lógica y estudia hechos particulares, aunque que es deductivo en su sentido (parte de lo genera a lo particular) e inductivo en sentido contrario” (va de lo particular a lo general) (Bernal, 2010, pág. 60)

Este método se aplicará al poner en práctica todos los conceptos y teorías estudiadas e investigadas hasta el momento en el estudio de mercado permitiendo observar un amplio enfoque de la aceptación del proyecto, en todo lo que conlleva la tabulación, análisis e



interpretación de los resultados obtenidos, emitiendo criterios personales, conclusiones generales y puntuales en hechos particulares que aporten al desarrollo de la investigación.

### **Estático – Dinámico**

Los servicios a ofrecer varían de acuerdo a los gustos y preferencias de la demanda, dato que arrojará la encuesta a realizar.

### **Instrumentos de Investigación**

Son las herramientas que se utilizarán en la investigación, las encuestas estarán direccionadas a la población económicamente activa de la ciudad de Quito segmentada. La técnica a utilizarse será las encuestas y el instrumento los cuestionarios.

# CÁPITULO I

## MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

### 1.1 Turismo

#### 1.1.1 Reseña Histórica

Según el glosario básico de la Organización Mundial del Turismo, El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (OMT, Organización Mundial del Turismo, 2008)

Según Fernández el turismo ha existido desde el inicio de la humanidad, el mismo que se ha manifestado de distintas maneras de acuerdo a cada tiempo y momento. El turismo emerge desde que se reducen las horas de trabajo de 12 a 8 horas diarias, dando tiempo así a las personas para vacacionar o descansar en lugares distintos a su vivienda sean estos dentro o fuera de la ciudad.

En la edad antigua, el turismo se manifiesta en la ciudad de Olimpia con la creación de los juegos olímpicos u olimpiadas que existen aún en la actualidad, en estas actividades se practicaba ya el turismo deportivo y religioso.

En la edad media es notoria la visita de las personas a toda Europa por motivos religiosos dando paso así al incremento de servicios turísticos de todo tipo para poder atender las necesidades que requería el visitante en esa época.

En la edad moderna se desarrollan infraestructuras hoteleras propiamente dichas, puesto que con el desarrollo del auge turístico y económico de esta época grandes personalidades se despasaban hacia distintos lugares de Europa, donde los palacios quedaban cortos para acoger a tanta gente.

En este tiempo era obligatorio para los creyentes visitar lugares santos como: la meca, la tierra santa; las mezquita, etc. Por lo menos una vez en toda su vida, por lo tanto los viajes religiosos eran una excelente excusa para el desarrollo de turismo.

A finales del siglo XVI los Portugueses, Ingleses; y Españoles se interesan en realizar expediciones marítimas lo cual incentivó a los jóvenes aristócratas a viajar el conocido *gran tour*, para darles a conocer la inmensidad de los imperios que en algún momento pudieran ser gobernados por ellos; En esta ciclo también se acrecienta el turismo de playa con la visita a Costa Azul, y Niza.

En la edad contemporánea se empiezan a desarrollar de manera vertiginosa los medios de transporte, y con ello la economía de la burguesía aumenta notoriamente como también su tiempo libre, ya que no son transportados por animales sino existen varias opciones cómodas y rápidas para trasladarse de un lugar a otro.

En Europa y América se da paso a las líneas férreas disminuyendo aún más el tiempo de viaje de un sitio a otro, los ingleses ofrecen viajes más excitantes y extensos denominados transoceánicos o marítimos vinculando de esta manera dos continentes y por ende dos culturas la Europea y la Americana facilitando la creación de agencias de viaje para ofrecer este tipo de producto turístico hotelero.

A raíz de la primera guerra mundial el turismo se abrió paso en las costas y ríos de Europa.

En la segunda guerra mundial el turismo que había ganado terreno de manera incommensurable tuvo una parálisis decisiva; poco después de la crisis que dejó esta guerra se

crea la Sociedad de Bienestar, la cual se interesa por ofrecer viajes de conocimiento y cultura, se crea también una nueva legislación la misma que declara que las vacaciones deben ser pagadas, y con estos cambios importantes se incrementa claramente el flujo de viajeros, el progreso de la circulación de automóviles obligan a tener excelentes vías terrestres.

El avión de la época que era de hélice fue remplazado por el de motor turbo reactor, esto genera un ajuste en las industrias que a su vez ofrecen miles de paquetes turístico.

La crisis energética de los años 70 causo complicaciones en todo el sector industrial, obteniendo como consecuencia el descenso de precios en los servicios ofreciendo a los consumidores un pésimo servicio. Debió trascurrir 10 años para avistar el aumento de la economía ya que algunos países desde esta época acogieron al turismo como fuente de ingresos.

El aumento precipitado de viajeros obligo a las empresas hoteleras y de turismo de la época a diseñar nuevas e interesantes ofertas de viajes a otros destinos del mundo.

A partir de la década de los 90 las industrias ingresan a una etapa de madurez, fiscalizando y sujetando el crecimiento logrando así tener el control del desplazamiento receptivo de cada región y país, se renueva la oferta y la demanda creado así nuevos y novedosos destinos y consigo múltiples tipos de viajeros. (Fernandez, 2009)

### **1.1.2 Visión del Turismo en el Mundo**

La industria turística es una de las más importantes alrededor del mundo, es considerada uno de los motores que mueve la economía de cada uno de los países receptores o lugares de acogida, sea este o no un país turístico por excelencia, ya que con la diversidad de culturas y personas viajando de un lugar a otro, en la actualidad se encuentra diferentes tipos de turismo que se acopla a la necesidad de la persona en los lugares más inhóspitos del mundo.

Esta industria se destaca entre otras cosas por los múltiples sectores económicos que se ven incluidos en su desarrollo como por ejemplo: contribuye al aporte de divisas, promueve la

actividad de las empresas, apoya de manera directa o indirecta a la instauración de empleos, patrocina la demanda y conocimiento del país o región receptor. De este modo el turismo causa un efecto multiplicador impresionante ya que el consumo que realizan los turistas no solo se enfoca en el alquiler de una habitación si no que va más allá de esto , proporcionando una cadena favorable desde su hospedaje hasta los gastos que esto conlleva como compras, distracción, alimentación, transporte, excusiones, etc. Dando como resultado un mayor crecimiento económico.

### **1.1.2.1 El Turismo como factor clave del desarrollo socioeconómico del mundo**

La OMT indica que en la actualidad una gran cantidad de destinos están accesibles para el turismo mostrándolo al mundo como un elemento clave para el avance socioeconómico por medio de la recaudación de ingresos por exportaciones, la generación de empleos y creación de empresas y por ende la construcción de infraestructuras. Durante los sesenta últimos anos la industria turística ha tenido una trasformación y crecimiento increíble llegando a ser así uno de los sectores económicos de mayor magnitud en el desarrollo mundial. A los típicos destinos habituales se les han ido sumando innumerables y enigmáticos lugares alrededor del mundo entero.

Las afluencias de turistas internacionales registran un incremento permanente desde los 25 millones en 1950 hasta los 278 millones en 1980, los 528 millones en 1995 y los 1.087 millones en 2013.

(OMT, 2014)

**Tabla 1. Turismo Mundial 2013**

	AMÉRICAS	EUROPA	ÁFRICA	ASIA Y PACIFICO	ORIENTE MEDIO
Llegada de turistas Internacionales (LLTI)	<b>168 millones</b> (15 %)	<b>563 millones</b> (52 %)	<b>56 millones</b> (5 %)	<b>248 millones</b> (23%)	<b>52 millones</b> (5%)
Ingreso por turismo Internacional (ITI)	<b>229.000 millones</b> \$ EEUU (20 %)	<b>489.000 millones</b> \$ EEUU (42 %)	<b>34.000 millones</b> \$ EEUU (3 %)	<b>359.000 millones</b> \$ EEUU (31 %)	<b>47.000 millones</b> \$ EEUU (4 %)

**Fuente:** Panorama OMT Turismo Internacional

**Elaborado por:** Jenny Duque Medina

### 1.1.2.2 Visión del turismo a nivel de las Américas.

Según la OMT, las Américas en el 2013 tuvieron un inicio bastante pausado, pero en el segundo semestre del año se disparó de manera significativa llegando así a llenar las expectativas de esta parte del mundo.

Las Américas receptaron 5 millones de llegadas internacionales en el 2013 obteniendo un total de 168 millones, lo cual ayudo para tener un resultado de ingreso internacional de 229 millones de dólares estadounidense, escalando su cuota de ingresos del 15 % al 20% en este periodo. (OMT, 2014)

Las cifras exactas por región en las Américas son las siguientes según estadísticas presentadas por la Organización Mundial del Turismo:

América del Norte, la mayor subregión (con cerca de dos tercios de todas las llegadas de la región) registró un aumento del 3%. Los Estados Unidos registraron un sólido incremento de llegadas de turistas equivalente al 5%, mientras que en Canadá fue del 2% y en México del 1%.

En Centroamérica (+4%), todos los destinos registraron un crecimiento consistente, con Costa Rica, El Salvador y Nicaragua (todos +4%) en torno a la media de la subregión. Belice (+6%).

Honduras (+5%) crecieron algo más y Guatemala y Panamá (ambas+3%) ligeramente por debajo de la media.

El crecimiento en América del Sur (+3%) se mantuvo en consonancia con la media de la región. Perú (+11%) registró un crecimiento de dos dígitos, mientras que Ecuador (+7%), Paraguay y Colombia (ambas +5%) tuvieron buenos resultados. Los datos de llegadas para Brasil, el mayor destino de la subregión, no están aún disponibles, pero las cifras de ingresos indican una tendencia bastante plana.

El Caribe registró un modesto incremento del 2% en el número de llegadas en 2013. Entre los mayores destinos, Puerto Rico (+4%) y la República Dominicana (+3%) tuvieron un crecimiento superior a la media subregional. Los destinos más pequeños, como Aruba (+8%), las Islas Caimán, Anguila (ambos +7%) y Curaçao (+5%) también publicaron buenos resultados. Después del declive en 2012, Haití registró un sólido incremento del número de llegadas del 20%. (OMT, 2014, pág. 7)

### **1.1.2.3 Enfoque a largo plazo.**

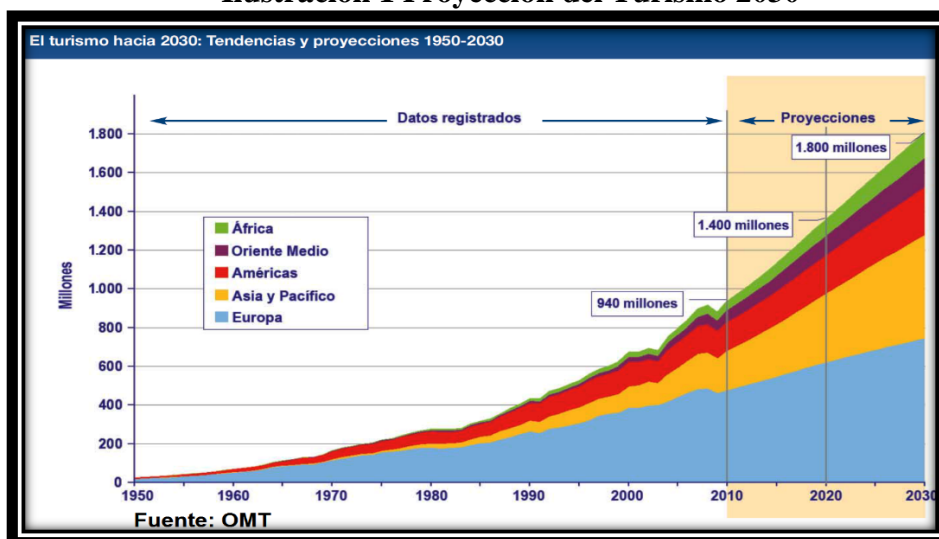
Según las previsiones a largo plazo de la (OMT, 2014), incluidas en Tourism Towards 2030 (Turismo hacia 2030), las llegadas de turistas internacionales a escala mundial crecerán un 3,3%

anualmente entre 2010 y 2030 hasta alcanzar los 1.800 millones en 2030.

Entre 2010 y 2030, se prevé que el ritmo de crecimiento de llegadas en destinos emergentes (+4,4% al año) doble el de las economías avanzadas (+2,2% al año).

La cuota de mercado de las economías emergentes ha aumentado del 30% en 1980 al 47% en 2013 y se prevé que alcance el 57% en 2030, lo que equivale a más de mil millones de llegadas de turistas internacionales. (pág. 2)

**Ilustración 1 Proyección del Turismo 2030**



Tomado de: Panorama OMT Turismo Internacional edición 2014 p.14

## 1.2 Turismo Espiritual

El Turismo espiritual no es un término que se esté dando a conocer recientemente, en realidad su presencia ha sido notable hace mucho tiempo atrás, quizá desde los tiempos de Cristo donde los devotos ya hacían peregrinaciones buscando una dosis de acercamiento interior y devoción. La diferencia es que hoy por hoy es un turismo espiritual está mucho más



organizado y ha crecido de manera significativa, quizá por la necesidad de las personas de tener experiencias donde logren un equilibrio y enriquecimiento física, mental, emocional, y espiritual.

El Turismo Espiritual religioso: está enfocado a las peregrinaciones, visitas a lugares santos de devoción, monasterios, tumbas sagradas, ceremonias religiosas, etc. Los mismos que en la mayoría de casos están ligados a su parte histórica – cultural por la riqueza de paisajes, tradiciones y enseñanza que estos guardan, y como es indiscutible está relacionado con las creencias, el contacto con lo sagrado y la religión propiamente dicha.

Turismo espiritual no religioso o de reflexión: está orientado al descubrimiento del yo interno ligado íntimamente a un ambiente de relajación, que puede o no implicar la religión. Esta modalidad propone una innovadora e interesante forma de viajar viviendo experiencias mágicas y canalizadoras, ayuda al individuo a conectar su cuerpo su mente y espíritu e impregnar el conocimiento espiritual del destino o actividad, estar en afinidad con la naturaleza, y despegado de la rutina habitual.

Este tipo de turismo ofrece actividades relacionados con lugares que transmiten paz y quietud donde se practica diferentes técnicas de relajación conocidas desde tiempos milenarios como: meditación, yoga, meditación, rituales, reiki, etc. Por medio de las cuales se descubre cómo conectar el yo interior con la mente.

Los destinos para experimentar este turismo pueden estar dentro de una ciudad o país como también existen otros lugares fascinantes alrededor del mundo que están esperando ser visitados.

No existen conceptos precisos del turismo espiritual sin embargo a continuación me permito citar algunas apreciaciones del autor del libro turismo espiritual 2

El término de turismo espiritual es un concepto que se ha incorporado de manera reciente”... Se utiliza para hacer

referencia a aquella clase de turista que “busca en sus viajes o desplazamientos además de aspecto de recreo, placer o culturales, conectar su mente y espíritu a través de la práctica de rituales de carácter místico” (Cardenas Martinez, 2012, pág. 9)

“La espiritualidad está íntimamente relacionada a la religión. Sin embargo, las maneras en que las personas pueden expresar esa espiritualidad ha trascendido el ámbito religioso” (Cardenas Martinez, 2012, pág. 10)

Según (Cardenas Martinez, 2012) El apogeo del Turismo Espiritual posiblemente se deba a diversos elementos, como el que menciona Raymond Bickson, director los hoteles Taj, en Mumbai, India, la propensión de los viajeros por disfrutar de vacaciones con un sentido profundamente espiritual sin dejar de lado la, cultura, el arte y la educación son complementos importantes que empujan en la actualidad no solo a gente adulta sino también a jóvenes los cuales disponen de tiempo e ingresos para dar un recorrido por su yo interno.

Hace varios años el Sr Bickson, tomo en cuenta que gran parte de sus huéspedes en 57 hoteles que posee en la India inquirían experiencias espirituales. Fue entonces que adicionó actividades como sesiones de meditación y ceremonias a sus programas de recreación. Desde entonces la ganancia de estos se ha triplicado notablemente. Asegura que de momento los llamados viajeros espirituales siguen recorriendo y visitando sus hoteles para alimentar sus almas y lo hacen obviamente sin renunciar a sus comodidades.

Este innovador estilo a nivel mundial ha dado paso para que el sector turismo registre el potencial enorme de este segmento turístico ha tenido desde siempre, a pesar del poco interés que se le ha dado a lo largo del tiempo

### **1.2.1 Análisis sobre el Turismo Espiritual en el mundo**

Según la Organización Mundial del Turismo en la actualidad 330 millones de peregrinos visitan los principales destinos turísticos del mundo cada año, precisamente el 21 y 22 de noviembre se llevó a cabo la primera conferencia Internacional del Turismo Espiritual donde se trataron puntos importantes para la trabajo y sostenibilidad responsable de todo lo que conlleva el impulso, promoción y desarrollo de este turismo tanto para las naciones que promueven este producto turístico como para colectividades receptoras alrededor del mundo.

Se considera que este tipo de turismo concibe una tasa económica de 18 mil millones de dólares.

Este organismo tiene la certeza que la realización de esta conferencia contribuirá para arrimar el hombro entre todas naciones involucradas con el Turismo Espiritual, comprometiendo, a los gobiernos, empresas turísticas, dirigentes religiosos brinden las facilidades necesarias para la creación de redes de cooperación y estudio de casos reales para el desarrollo de este turismo sobre bases sólidas.

Con esta conferencia se intenta impulsar el Turismo Espiritual a nivel mundial bajo las siguientes acciones:

- Mejorar las políticas, actividades comerciales e investigaciones referentes al turismo espiritual en estrecha cohesión con los grupos locales.
- Establecer entornos bajo normas correctas para el uso responsable y llevadero del patrimonio de cada nación.
- Impulsar formación educativa para las comunidades y de esta forma capacitarlos en servicio de trabajo en la industria turística y hotelera.

- Sembrar, por medio del progreso del turismo espiritual, el desarrollo socioeconómico de poblaciones frágiles, como pueblos indígenas, minorías étnicas, mujeres, jóvenes y personas con discapacidad.
- Patrocinar a nivel regional la conservación y supervivencia de tradiciones ancestrales.
- Respaldo esfuerzos para proporcionar la creación de redes de colaboración entre destinos de turismo espiritual en todo el mundo.

Dicha conferencia concentro a más de 350 delegados de alrededor de 20 países del mundo entero (OMT, 2014)

**Ilustración 2 Turismo receptor por motivo de visita**



Fuente: Panorama OMT Turismo Internacional  
Elaborado por: Jenny Duque Medina

### 1.2.2 Destinos más visitados en el mundo orientados al Turismo Espiritual

Alrededor del mundo existen lugares sagrados y enigmáticos llenos de divinidad y misticismo que muchas personas están interesadas en conocer, No es necesario ser religiosos ni una persona de fe para deleitarse de lugares que ofrecen al visitante un pleno acercamiento

entre lo terrenal la divinidad, lo cósmico y lo espiritual. La tranquilidad y suntuosidad de estos lugares ha llamado la atención de miles de personas en el mundo, no solo en la actualidad sino desde siempre.

**Tabla 2 Destinos más visitados en el mundo por Turismo Espiritual**  
DESTINOS MÁS VISITADOS EN EL MUNDO POR TURISMO ESPIRITUAL

PAÍS	DESTINO	VISITAS AL AÑO
Tokio, Japón, Harajuku	Santuario Meiji e Templo Sensoji,	30 millones
Varanai, India.	Templo Kashi Vishwanath	21.9 millones
México	Basílica Nuestra Señora de Guadalupe	20 millones
Andhra Pradesh, India	Templo Tirupati Tirumala Devasthanams,	18.2 millones
Paris	Catedral de Notre Dame	13.6 millones
Paris	Basílica de Sacré Coeur	10.5 millones
Japón	Templo Naritasan Shinshoji, Chiba,	10 millones
Japón	Santuario Tsurugaoka Hachimangu, Kanagawa	10 millones
Japón	Templos Kiyomizu-dera y Kinkaku-ji, Kyoto	10 y 6 millones respectivamente
Japón	Ise Jingu, Ise	8,5 millones
Vaticano, Roma	Basílica de San Pedro, Ciudad del Vaticano	7 millones
Japón	Dazaifu Tenmangu	6.6 millones
Alemania	Catedral de Colonia	6 millones
Lourdes	Santuario de Nuestra Señora de Lourdes	6 millones
Italia	Santuario de Padre Pio, San Giovanni Rotonda	6 millones
Venecia, Italia	Basílica de San Marcos	5 a 6 millones
Italia	Basílica San Francisco de Asís	5.5 millones
Nueva York	Catedral San Patricio	5.5 millones
Jerusalén	Muro de las Lamentaciones	5 millones
Estambul	Mezquita Azul	5 millones

Fuente: vidaestilo.terra.com.

Elaborado por: Jenny Duque Medina

### 1.3 Visión del Turismo en el Ecuador

#### 1.3.1 Ecuador

Ecuador es un país que cuenta con un gran tesoro cultural y natural, su territorio está dividido en cuatro regiones: Litoral, Interandina, Trásandina e Insular ellas dan lugar a miles

de especies tanto de flora como de fauna. Ecuador es hogar de más de 1640 clases de aves, 4500 especies de mariposas, 345 reptiles, 358 anfibios entre otros, al poseer la más grandiosa mega diversidad es reconocido uno de los 17 países con el mayor número de biodiversidad del planeta, las mismas que se alojan en las en su mayoría en las 26 áreas protegidas por el estado.

Al estar situado en la mitad del mundo, Ecuador ofrece a propios y extraños un clima privilegiado proporcionando la oportunidad de experimentar las cuatro estaciones en pocas horas de viaje, con sus paisajes extraordinarios inmerso en mares, islas, andes y mares tiene un abanico de opciones para ofrecer una visita turística extraordinaria e inolvidable.

Su capital Quito es una ciudad que guarda historia, cultura y tradiciones catalogada Patrimonio Nacional de la Humanidad ya que posee el centro histórico mejor cuidado; Ecuador al norte esta entrecortado por la Cordillera De Los Andes colmada de majestuosas montañas y alrededor de 70 volcanes, al este cuenta con riqueza Amazónica con la más alta concentración de ríos por kilómetro cuadrado en el mundo, posee también las maravillosas Islas Galápagos donde se localiza la más densa biodiversidad del planeta.

Por iniciativa del gobierno del ex presidente Sixto Duran Ballén en 1992 fue creado el Ministerio de Información y Turismo implementando así en el Ecuador la Industria Turística como actividad imprescindible para el desarrollo económico del país. En 1994 este Ministerio dejo de tener de nombre de Ministerio de Información y Turismo para de este modo enfocarse únicamente al ámbito turístico netamente.

### **1.3.2 La industria turística como fuente de ingresos en Ecuador**

El Turismo para el Ecuador instituye una de las fuentes que genera desarrollo socioeconómico, no solo por la capacidad de incremento monetario para las comunidades donde se desenvuelve, sino también porque se ha convertido en el instrumento de avance nacional, implantando bienestar integral y mejorando el estilo de vida de muchos ecuatorianos.

La Agencia de Noticias Andes en su contenido multimedia indica que:

En el II Congreso Internacional de Ética y Turismo se catalogaron como positivos los logros alcanzados por el Ecuador. Freddy Elhers, ministro de Turismo, afirmó que en el 2011 la industria generó un ingreso de 1.2 billones de dólares que afianzaron el crecimiento del 5% en materia de turismo. En la primera mitad del año 2012 los recursos provenientes del desarrollo turístico alcanzaron cerca de 460 millones de dólares, lo que demuestra que es un sector en franco crecimiento. (Andes, 2012)

**Tabla 3. Cifras Claves Turismo Ecuador 2013**

INDICADORES	CIFRAS
<b>Llegadas de turistas internacionales a Ecuador</b>	<b>1.364.057</b>
<b>Llegadas por vía Aérea</b>	<b>70%</b>
<b>Llegadas por vía terrestre</b>	<b>29%</b>
<b>Visitantes de América del sur, América central y el Caribe</b>	<b>58%</b>
<b>Visitantes del mercado Europeo</b>	<b>16%</b>
<b>Divisas por concepto de turismo</b>	<b>1.251,3 millones USD</b>
<b>Superávit en la balanza turística</b>	<b>264,3 millones USD</b>
<b>Gasto turístico promedio del turista extranjero en el país y tiempo promedio de estadía</b>	<b>1000 USD – 14 noches</b>
<b>Gasto turístico promedio del turista nacional y tiempo promedio de estadía</b>	<b>94 USD – 3 noches</b>

**Fuente:** Principales indicadores del turismo 2014, Boletín 10, Ministerio de Turismo del Ecuador, <http://servicios.turismo.gob.ec/>

**Elaborado:** Jenny Duque Medina

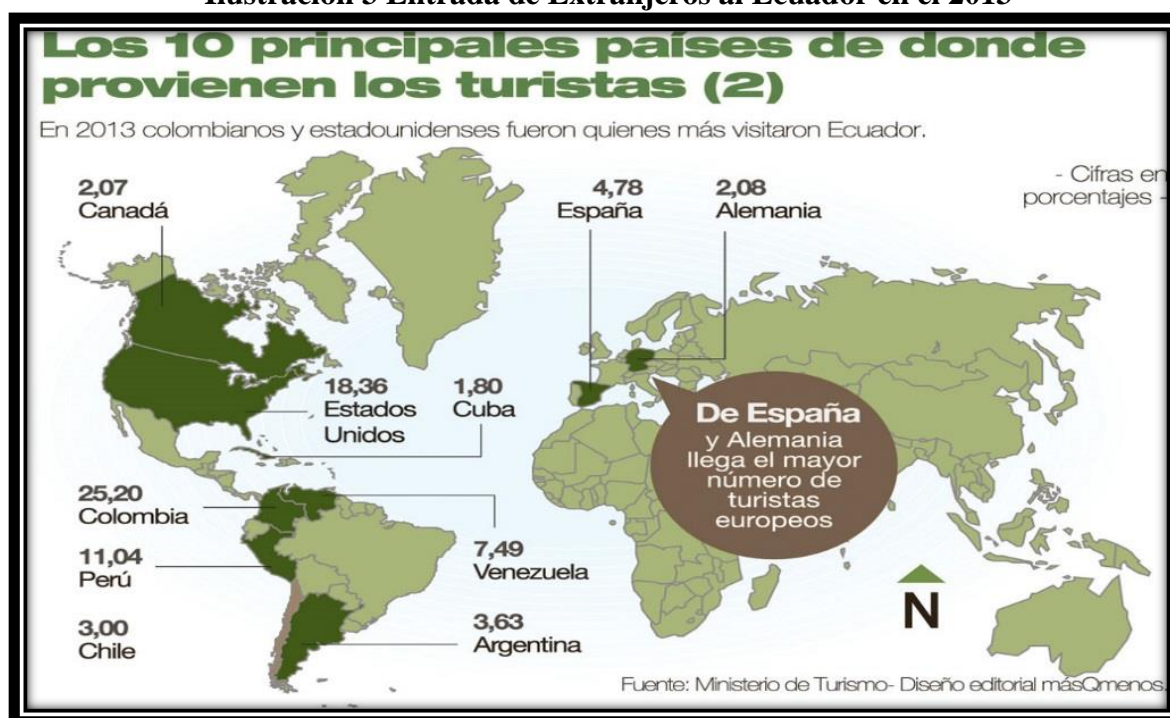
### 1.3.3 Ecuador destino turístico y generador de la economía interna

Ecuador es considerado un destino turístico por excelencia no solo por ser uno de los países mega diversos del mundo, con un índice de endemismo bastante elevado y tres de las diez zonas calientes del planeta. Cuenta con el 18% de su territorio como áreas protegidas de las cuales once son de gran escala a nivel mundial. Esto sin referir la diversidad de pueblos y

nacionalidades que guardan consigo, tradiciones, costumbres, leyendas, y cosmovisiones que conquistan a cada paso.

La actividad turística en Ecuador es uno de los más importantes ingresos para el país. Según el Ministerio de Turismo. Los ciudadanos colombianos son los principales turistas que ingresan al país; en segundo lugar está Estados Unidos, seguido por Canadá entre otros.

**Ilustración 3 Entrada de Extranjeros al Ecuador en el 2013**



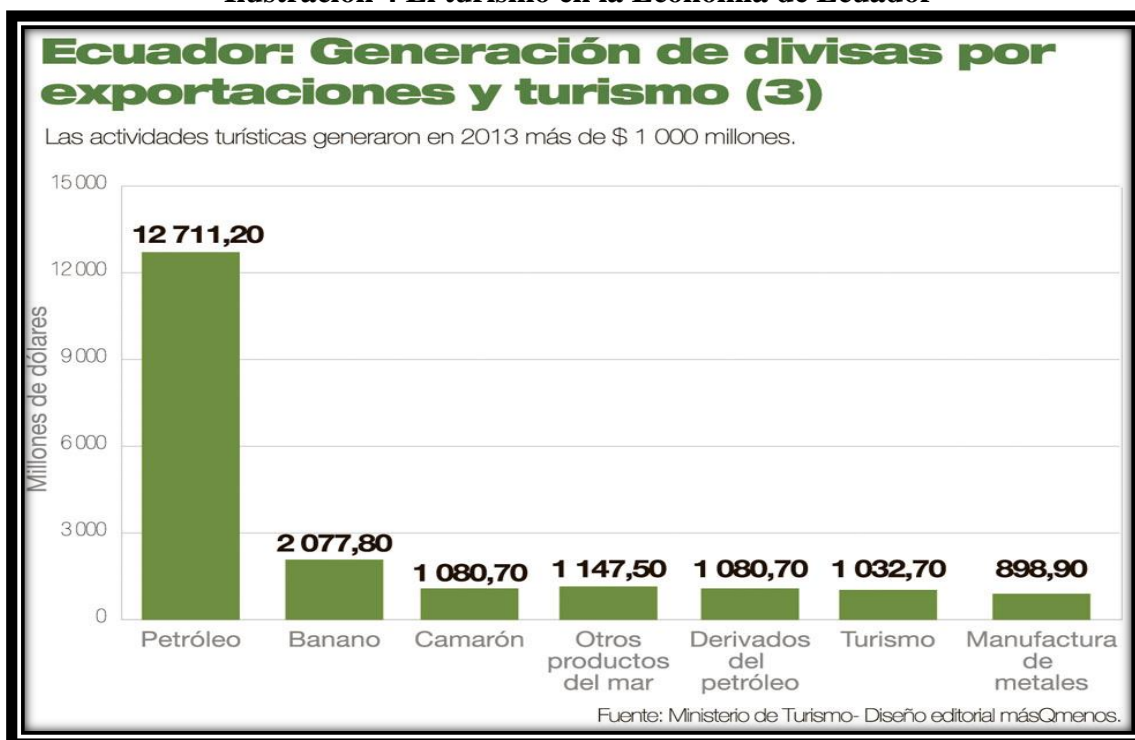
**Fuente:** Ministerio de Turismo

La actividad turística del país ha aumentado considerablemente en los últimos años. En la edición digital de la Agencia Pública de Noticias, Paola Gálvez Izquieta, coordinadora Zonal 5 del Ministerio de Turismo, dijo: “somos el segundo generador de divisas para el país. Es una fuente productiva que dinamiza economías locales, y cuyo efecto multiplicador indirecto, es supremamente positivo, porque no sólo beneficia a quienes están profesional y



productivamente vinculados a la actividad turística sino también a todos los otros sectores de la economía.”

**Ilustración 4 El turismo en la Economía de Ecuador**



Fuente: Ministerio de Turismo

Estos últimos años los lugares turísticos del país han recibido reconocimiento internacional. Según una publicación del Diario El Comercio “el Tren Crucero, que recorre el país de Quito a Durán y viceversa, ganó el premio Wider World Project, o mejor producto turístico fuera de Europa, del gremio de escritores ingleses British Guild of Travel Writers.” Este es uno de los varios reconocimientos que estos últimos años se ha otorgado al país. (Gonzalez, 2013)

Octubre del presente año 2014 rastrea un incremento en las llegadas de turistas extranjeros a Ecuador, de un 12% con respecto a Octubre del 2013, a la par en el período enero-octubre del 2014 se obtiene un 14% de crecimiento en correlación al mismo período del año anterior.

De acuerdo al artículo publicado por el del diario el telégrafo el Ministro de turismo

Vinicio Alvarado asegura que:

En el Ecuador, los ingresos por turismo llegan a casi \$ 1 200 millones anuales. Si se toma en cuenta la entrada de 1,3 millones de turistas y que en promedio se quedan 10 días, “eso equivale a si la población ecuatoriana aumentara en 38 mil habitantes permanentes. Significa que cada 10% que se incremente de visitantes equivale a 4 mil personas que ingresan a la economía con un gasto de 37 mil individuos con sueldo básico. Aumentar exportaciones en \$ 1 000 millones es muy difícil, pero crecer en turismo haciendo un buen trabajo es más sencillo y es 400 veces más rentable”, enfatizó Alvarado. Esa es precisamente la apuesta que está haciendo el Gobierno. (El Telegrafo, 2014)

**Tabla 4. Llegada de Extranjeros a Ecuador por mes año 2013**

	2010	2011	2012	2013	2014	Var% '14/'13
Enero	96.109	105.548	127.116	130.843	152.576	16,6
Febrero	89.924	86.421	99.521	103.761	124.584	20,1
Marzo	82.452	87.495	96.948	113.359	114.007	0,6
Abril	70.540	87.507	92.627	87.486	118.614	35,6
Mayo	77.618	81.870	92.644	98.414	111.177	13,0
Junio	91.602	99.949	118.292	121.742	129.062	6,0
Julio	110.545	117.966	130.779	138.138	154.229	11,60
Agosto	95.219	98.962	106.375	112.569	131.694	17,0
Septiembre	71.776	80.090	85.990	97.374	112.767	15,8
Octubre	83.701	88.357	99.145	111.517	124.456	11,6
Subtotal	869.486	935.165	1'049.437	1'115.203	1'273.166	14,2
Noviembre	81.253	92.573	99.674	112.056	-	-
Diciembre	96.359	113.299	122.790	136.798	-	-
Total	1'047.098	1'141.037	1'271.901	1'364.057	-	-

**Fuente:** Anuario de Entradas y Salidas Internacionales, INEC Información provisional 2014, Dirección Nacional de Migración

**Elaborado:** Jenny Duque Medina

### 1.3.4 El turismo generador de Empleo

El turismo sin duda alguna es una fuente productora de empleo en todos los lugares turísticos del mundo y Ecuador no es la excepción, en el periodo 2007 – 2011 se registraron que los empleos relacionados directamente con el turismo se acrecentaron en un 34,75. Según el Fenecaptur el turismo en el Ecuador produce unos 100 mil empleos directos y otros 500 mil indirectos.

**Ilustración 5 Establecimientos Turísticos y de Empleo**



Fuente: Catastro de Establecimientos Turísticos, MINTUR, corte provisional 2012

### 1.3.5 Campañas para promocionar el turismo Nacional e Internacional

De acuerdo a la publicación multimedia del diario el Telégrafo, este año el gobierno nacional ha invertido a rededor de 6000 millones USD en ambiciosas campañas para promocionar al Ecuador como destino turístico, no solo a nivel mundial sino también dentro del país. Estas estrategias son indispensables dentro del turismo ya que es un sector prioritario dentro de los cambios de la Matriz Productiva que propone el gobierno.

Una de las campañas se basa en la canción “All you need is love”. “All you need is Ecuador (Todo lo que necesitas es Ecuador)” en la que se invertirá USD 25 millones y se transmitirá en diferentes países del mundo, de este modo se espera generar una mayor demanda, La misma que está establecida en cinco cimientos principales: Calidad, Producto, Seguridad, Conectividad y Promoción, los cuales están ligados íntimamente con otros programas como: Programa de destino turístico por excelencia, Programa nacional de señalización turística, Programa de capacitación nacional para la excelencia turística, Programa nacional de promoción turística.

Esta campaña nacional e internacional fue lanzada por el gobierno a mediados de enero del presente año, dirigida por el Ministerio de Turismo busca fomentar en los conciudadanos el interés por conocer y disfrutar de este maravilloso país; pero servirá también para que los turistas extranjeros visiten nuestro país en mayor número y lleguen a vivir la experiencia magnífica que les brinda Ecuador y sus cuatro mundos, Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos.

El Ministro de Turismo Alvarado informó que la puesta en marcha de diferentes estrategias innovadoras de promoción, serán a largo plazo el punto de partida para posicionar al Ecuador como un destino que lo tiene todo, y así convertirse en una Potencia Turística y un destino de clase mundial.

A nivel nacional se está promoviendo acciones como: “Ecuador Potencia Turística” y “Viaja primero a Ecuador” son campañas que buscan intensificar e incentivar a los ecuatorianos a conocer y visitar los diferentes destinos turísticos con los que cuenta en país, propiciando de este modo la preferencia a consumir primero lo nuestro antes que los destinos extranjeros.

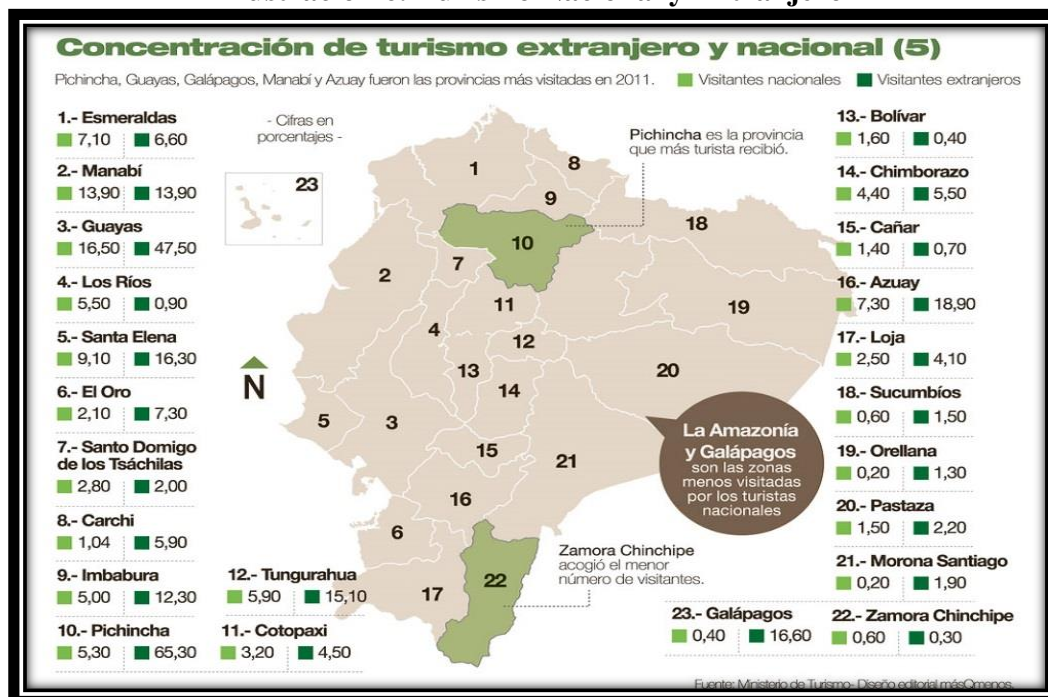
Por otro lado la campaña “Ecuador Potencia Turística” ha logrado que más de 200 directivos de 80 empresas no relacionadas al turismo incluyan paquetes turísticos nacionales los cuales estas empresas los ofrecen como incentivos, premios, promociones y recompensas

para premiar de este modo la fidelidad de sus clientes, o incluso el excelente desempeño de trabajo en la empresa.

Esta campaña maneja el siguiente plan de acción: Si un supermercado desea premiar la fidelidad de sus clientes usualmente sortea viajes para distintos destinos turísticos extranjeros como Orlando, Curasao, Cartagena, etc. En este caso la estrategia sería el mismo pero sorteando o regalando viajes con destinos turísticos nacionales como: La Amazonia, Islas Galápagos, etc.

De momento ya se cuenta con una página Turística Oficial [www.ecuadortravel.com](http://www.ecuadortravel.com) En esta página se puede encontrar información sobre los planes, destinos y razones para amar la vida en Ecuador.

### Ilustración 6. Turismo Nacional y Extranjero



Fuente: Ministerio de Turismo

El Telégrafo en su boletín multimedia afirma:

“Nunca la promoción es suficiente para promover el turismo... lo bueno es que tenemos la promoción que antes jamás tuvimos. Nunca en los 35 años de democracia, el Ecuador ha tenido una presencia tan fuerte en las ferias de turismo como con este

Gobierno. Antes nuestra presencia en el espectro internacional de negocios turísticos era insignificante, no existíamos”, opinó Guido Calderón, experto en temas turísticos y hotelero de la ciudad de Baños, uno de los destinos preferidos por los turistas nacionales y extranjeros. (El Telegrafo, 2014)

### **1.3.6 Turismo Ecuador Largo Plazo**

El Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible del Ecuador al año 2020, indica la:

Visión del Turismo en el Ecuador

El Ecuador en el año 2020:

- Ha consolidado al turismo sostenible como una herramienta eficaz para el desarrollo integral y con rentabilidad social del país.
- Genera oportunidades de empleo y de mejoramiento de la calidad de vida de sus poblaciones, comunidades y territorios bajo un marco legal e institucional moderno y eficaz.
- Está posicionado como un destino turístico sostenible líder altamente diverso, competitivo, seguro y de calidad en el ámbito internacional.
- Garantiza la gestión sostenible en el desarrollo y operación turística de sus riquezas culturales y naturales; la articulación de las cadenas de valor del turismo; la seguridad y la calidad de los destinos; la innovación, el conocimiento y la tecnología aplicada; con conectividad, infraestructura y facilidades adecuadas para el turismo.

**Tabla 5. Proyección de Llegadas, Generación de Divisas, Gasto por Visitante 2010 – 2020**

	2010	2016	2020
Llegada de Visitantes Internacionales	<b>1.400.000</b>	<b>1.985.925</b>	<b>2.507.183</b>
Generación de divisas en (miles)	<b>1.740.000</b>	<b>2.625.392</b>	<b>3.444.869</b>
Gasto por visitante internacional (por estancia)	<b>1.243</b>	<b>1.322</b>	<b>1.374.61</b>
<b>Turismo Interno</b>	<b>1.355.543</b>	<b>1.717.021</b>	<b>1.897,60</b>

**Fuente:** Foro Económico Mundial, Informe sobre Competitividad de Viajes y Turismo 2007 – Perfil Económico del Ecuador; Ministerio de Turismo, Gerencia de Planificación / Estadísticas; Organización Mundial Enero 2007. PLANDETUR 2020

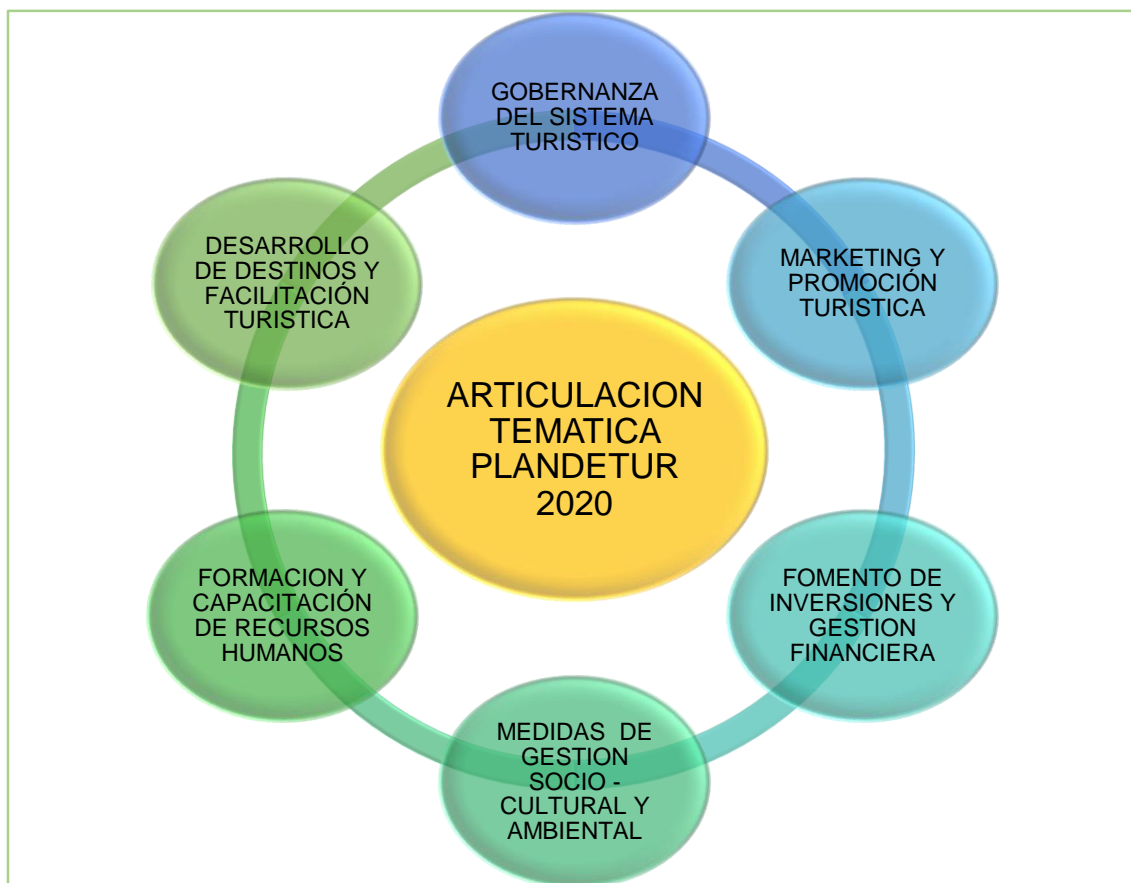
**Nota:** Los datos de Turismo Interno disponibles corresponden a los obtenidos durante la realización de la cuenta satélite de Ecuador; en el año 2002.

**Elaborado:** Jenny Duque Medina

La propuesta de PLANTUR 2020 establece varias directrices en la mejora y desarrollo del Turismo sostenible en el Ecuador, incorporando varias estrategias indispensables para lograr un incremento bastante significativo en el progreso de la Industria Turística del Ecuador y por ende al avance económico de País.

El PLANTUR 2020 se basa en seis áreas funcionales que procuran alcanzar el desarrollo del Turismo Sostenible, los mismos que se basan en varios programas direccionados en grandes lineamientos; Estos programas a su vez cuentan con áreas específicas a desarrollarse. Estos se dividen en 78 proyectos individuales que constituyen acciones concretas a efectuarse dentro de cada programa, todos estos proyectos contienen actividades precisas las cuales permiten llevar a la práctica lo planteado.

**Ilustración 7. Articulación Temática Plandetur 2020**



**Fuente:** PLANDETUR 2020

**Elaborado:** Jenny Duque Medina

#### 1.4 Análisis del Turismo Espiritual en el Ecuador

Cuando se habla de Turismo Espiritual, es inevitable relacionarlo con el Turismo Espiritual religioso ya que la espiritualidad está estrechamente ligada con la religión. El sitio web [www.radioturismoecuador.com](http://www.radioturismoecuador.com) destaca que:

Ecuador, al igual que la mayoría de países de Latinoamérica, se caracteriza por su amplia herencia católica, que se refleja, sobre todo, en sus centros históricos y en ciertas manifestaciones que aún se conservan en la población.

Procesiones como las de la Virgen de El Quinche o El Cisne convocan a miles de turistas nacionales e internacionales. La Semana Santa es el momento ideal para hacer turismo religioso y



ser testigos de estas manifestaciones, al tiempo que se visitan auténticas joyas de la arquitectura colonial. (Radio Turismo, 2014)

Los principales atractivos turístico religiosos del Ecuador se encuentran precisamente en su capital Quito, ella guarda una innumerable herencia y tesoro patrimonial de la conocida Escuela Quiteña. Algunos de los atractivos turísticos destacados son: La Catedral, La iglesia de la Compañía, etc.

El Arte, cultura y religión que invita a conocer el casco histórico de esta ciudad atrapa a sus visitantes con sus calles y edificios de grandiosa e imponente arquitectura colonial y su fascinación espiritual que atrae a los más creyentes propios y extraños.

El sitio web [periodismoecuador.com](http://periodismoecuador.com) señala que; En 2013 Quito recibió cerca de 608 mil turistas. El turismo creció 12% en relación a 2012, en el cual llegaron 533 458 personas. Para 2014, Quito apunta al turismo religioso, su gastronomía y rutas de bicicleta y senderismo (trekking) para desarrollar este sector económico.

A la ruta por la Siete Iglesias se suma un plan especial de gestión de centro conventual San Francisco. La Semana Santa será la temporada en la que se lanzará con más fuerza la visita a los lugares religiosos de Quito. Para esto, se planifica que sean los mismos sacerdotes los que guíen a los turistas por las procesiones para explicar los significados de este ritual.

En lo que respecta a las parroquias aledañas al Distrito Metropolitano, según las cifras de Quito Turismo, el lugar más visitado fue la Mitad del Mundo, en San Antonio de Pichincha.

Otros lugares visitados fueron Cumbayá, Píntag y Calacalí.

(Periodismoecuador, 2014)

A pesar de que el turismo religioso ha ganado mucho terreno en la actualidad, existe otro tipo de turismo que está estrechamente ligado a este, de una u otra manera ya que se relaciona con las culturas ancestrales de nuestro país y es conocido como Turismo Místico o de Salud ancestral.

Según la Organización Mundial del Turismo OMT, uno de los principales atractivos en varios es el tema de la Medicina Tradicional o como en la terminología turística se conoce como el Turismo Místico que nace de las prácticas culturales y ancestrales de grupos étnicos que trata sobre la medicina ancestral como un medio para curar enfermedades físicas y espirituales.

Estas prácticas pasan de generación en generación a través de padres a hijos y actualmente en países de Latinoamérica son un “boom” que atrae a miles de turistas al año y que complementa la oferta turística de esas regiones. (Hora, 2004)

En Ecuador este tipo de turismo tiene una importante aceptación por los turistas extranjeros e incluso los nacionales ya que la gran cantidad de actividades ancestrales en los diferentes puntos del país son irresistibles de conocer y experimentar a la hora de elegir un destino turístico.

De acuerdo a lo referido anteriormente se puede concluir que el Turismo Espiritual esta combinado a otros tipos de turismo de manera directa o indirecta, por tal motivo cabe mencionar al Turismo no religioso llamado también reflexivo, que si bien es cierto en Ecuador no se lo practica de manera directa, está sumergido de cierta forma con los turismos mencionados anteriormente.

El canal turístico One Line menciona que:

En Los Andes ecuatorianos encontramos paisajes de ensueño y naturaleza que se mezclan con edificaciones milenarias que albergan historia y tradición, dando como resultado el escenario ideal para que el recogimiento y la reflexión se encuentren en la comunión del ser humano con lo divino.

Recorrer la ruta espiritual es una invitación a vivir la historia, la tradición y la devoción religiosa que se fundamenta en expresiones culturales únicas, mantenidas en el correr de los años y que transmiten a sus asistentes singulares experiencias y momentos transformadores que los llevan a vivir un turismo consciente, un turismo que ama la vida. (Amalavida.tv, 2013)

### **1.5 Definición de que es un Centro de Retiro Espiritual.**

Un centro de retiro está enmarcado dentro de un ambiente destinado a reunir las energías de un individuo dirigiéndolas hacia el logro de estados superiores de conciencia, por ende hacia la conservación de emociones positivas, refinadas y eficientes favorables para la superación personal.

De inicio, puede costar adaptarse a este estilo de vida y tomará tiempo que la mente se adecue al abandono de las distracciones, pasatiempos, pensamientos vagos, etc. A los que un individuo está habituado en la vida diaria, pero poco a poco la mente y la voluntad se acostumbra a este sentir de paz y quietud, el estado mental se va tornando hacia una satisfacción, e incluso hacia el encantamiento y éxtasis, es sólo gracias a la reducción de las experiencias de los sentidos y la limitación de ciertas actividades cotidianas perjudiciales para el ser interno, que generalmente la energía se disipa y el espíritu que aquieta y por ende se equilibra con el cuerpo, llegando a un estado de paz.

### **1.6 Provincia de Pichincha**

Según un artículo publicado en la Enciclopedia del Ecuador manifiesta que la Provincia de Pichincha fue creada el 25 de Junio de 1824, de acuerdo con la Ley de División Territorial

de Colombia emitida por el Gral. Francisco de Paula Santander, la misma que abarcaba los territorios que actualmente tiene las provincias de Esmeraldas y Cotopaxi.

Consta de un territorio plenamente disímil y accidentado que eleva a miles de metros de altura de sus majestuosas montañas y posee extensos valles, con vegetación asombrosa y campos vivamente verdes durante todo el año, estos encantos son los que la convierten en un auténtico edén para la agricultura donde existen extensas áreas dedicadas al cultivo de papas, cebolla, trigo, maíz, legumbres, flores, cítricos, aguacates, chirimoyas, yerbas medicinales, etc.

Varias pruebas arqueológicas halladas en los alrededores de Quito, indican que esta región estuvo habitada por lo menos 900 años a.C. por varios grupos étnicos primitivos que se presume podrían ser quienes transfirieron conocimientos estéticos y técnicos, entre estos grupos están: Collaguazos, Pillajos, y Quijos, etc.; Se podría entonces asegurar que en la región ahora llamada Quito se dio lugar a la personalidad histórica de la nacionalidad ecuatoriana.

Su nombre se debe al volcán activo Pichincha ubicado en el centro norte de Quito. El mismo que está formado por dos grandes elevaciones el Rucu Pichincha con una altura de 4.324 u m.s.n.m y el Guagua Pichincha de 4.675 m.s.n.m.

Oficialmente llamada Provincia de Pichincha, es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador. Se encuentra ubicada al norte del país, en la región geográfica conocida como sierra. La ciudad de Quito es capital del Ecuador y de la provincia de Pichincha, además es la ciudad más poblada de su región.

## 1.7 Generalidades Provincia de Pichincha

**Tabla 6. Generalidades Provincia de Pichincha**

PROVINCIA DE PICHINCHA	
<b>Altitud:</b>	2.816 m.s.n.m
<b>Fecha de creación:</b>	25 de junio de 1824
<b>Capital:</b>	Quito, fundada el 6 de diciembre de 1534
<b>Límites:</b>	<b>NORTE:</b> Imbabura y Esmeraldas
	<b>SUR:</b> Cotopaxi
	<b>ESTE:</b> Sucumbíos y Napo
	<b>OESTE:</b> Santo Domingo de los Tsáchilas
<b>Población:</b>	2'576.287 (censo población y vivienda 2010)
<b>Extensión territorial:</b>	9.612 Km2. (www.ecuadorencifras.com/cifras-inec)
<b>Administración:</b>	La provincia es administrada por el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pichincha desde su capital. Es la segunda más poblada del Ecuador, tras la provincia del Guayas.
<b>Clima:</b>	Es variable de acuerdo con la altura, así por ejemplo, existen zonas como el tropical húmedo y tropical monzón al occidente de la provincia; mientras que los climas meso térmico húmedo, semi húmedo, meso térmico seco, de páramo y gélido se encuentran en el centro y en el sector oriental, con una temperatura que oscila entre 8°C y 24°C.
<b>Lugares Turísticos:</b>	La ciudad, fue declarada por la UNESCO como "Patrimonio Cultural de la Humanidad", cuenta con una serie de tesoros coloniales, puestos de manifiesto principalmente en sus iglesias, conventos y museos entre los que se destacan: San Francisco, La Compañía de Jesús, La Merced, San Agustín y Santo Domingo. Una gran variedad de atracciones como: la Ciudad Mitad del Mundo, el Santuario de El Quinche, Las Tolas de Cochasquí y la Caldera del Pululahua, se localizan en lugares cercanos a la capital ecuatoriana. Mientras que en los nevados y volcanes que circundan Quito, se práctica el andinismo. Existen fuentes termales y minerales en: Machachi, San Antonio, Alangasí, Cunuyacu, entre otras. Importantes manifestaciones culturales se dan principalmente en Cayambe, Tabacundo, Sangolquí y el Quinche.

Fuente: [www.pichincha.gob.ec](http://www.pichincha.gob.ec).

Elaborado: Jenny Duque Medina

### **1.7.1 Condiciones demográficas**

La tasa de crecimiento de esta provincia es una de las más altas del país; más del 70% de la población se encuentra en el sector urbano, como es el caso de Quito, la capital de la República.

Un aporte considerable a este fenómeno lo constituyen los inmigrantes del campo y de otros sectores de la patria.

### **1.7.2 Orografía**

La provincia del Pichincha se encuentra en la hoya de Guayllabamba o de Quito. La parte de Los Andes se encuentra atravesada por la línea ecuatorial, la cual divide a la Tierra en dos hemisferios, Norte y Sur. Las cordilleras Oriental y Occidental están unidas entre sí por los nudos de Mojanda-Cajas, al Norte, y de Tiopullo, al Sur. En la cordillera Occidental se encuentran hacia el Sur el volcán Pululahua (3.356 m), el Yanaurco (4.538) y el Casitagua con 3.515 metros de altura. Uno de los más altos es el Guagua Pichincha (4.675 m), situado al Oeste del Rucu (4.324 m). Más al Sur se levanta el Atacazo (4.463 m); hacia el Occidente está el Corazón (4.788 m). En la cordillera Oriental o Real se encuentra hacia el Norte el Sincholagua con 4.893 m, al Este el nevado Antisana con 5.758 m. Los páramos de Guamaní siguen hasta el Norte hasta alcanzar el Filocorrales (4.447 m) y el Aucuquiro o Puntas, de 4.452 metros de altura. Termina la cordillera en la hoya de Quito con el Cayambeurco, más conocido como Cayambe, un nevado de 5.790 m, que es la columna Noreste de la hoya.

### **1.7.3 Hidrografía**

El eje hidrográfico de la provincia es el río Guayllabamba; en la región del Litoral hacia el Occidente se unen con el río Blanco y forman el Esmeraldas; Pichincha forma parte principalmente de la cuenca del Esmeraldas y también del Guayas. Entre las lagunas Pichincha comparte con Imbabura las de Mojanda, Yanacocha, Huarmicocha y Caricocha; con Napo las de Papallacta y Volcancocha. Las pequeñas lagunas Sucus, Nunalviro y Taviro, situadas en el

páramo del Puntas. Entre las fuentes de aguas minerales y termales están las de San Antonio, La Providencia, Vindobona, Caparrosa y Negrete, al Noroeste de la hoya. De las laderas del Haló vienen las fuentes del Cununyacu, El Tingo, Alangasí y El Carmen. Del valle de Machachi brotan las de Silunchi, Tesalia y Güitig. La Calera y Quitasol. Finalmente de las faldas meridionales del Pichincha provienen las de Chillogallo, Loa y Palmira.

#### **1.7.4 Recursos naturales**

Agricultura, ganadería y minerales.

#### **1.7.5 Industrias**

Alimentaria, textil, maderera, automotriz, agrícola, metalmecánica, maquinaria, manufacturera, farmacéutica, bebidas y artes gráficas.

#### **1.7.6 Comercio**

Alimentos (producción y agricultura), ropa confeccionada, automóviles, maquinaria, minerales y bebidas, entre otros.

#### **1.7.7 Comidas típicas**

Las tortillas de papas o llapingachos, hornado, fritada de chanco con mote, maduro y maíz tostado, choclos con queso y habas, caldo de patas de res, yaguarlocro, humitas, tamales, papas con cuero, empanadas de morocho. Dulce de higos con queso fresco, quimbolitos, morocho, pan de leche y quesadillas. (El Universo , 2008)

#### **1.7.8 Atractivos Turísticos en Pichincha**

En la provincia de Pichincha se encuentra la capital del Ecuador, Quito. Esta provincia está ubicada entre nevados perpetuos y zonas subtropicales que poseen una extraordinaria biodiversidad.

Al norte de Quito se encuentra el gran valle de Guayllabamba y su zoológico que alberga especies nuestras de nuestro territorio. Más al norte y cerca de Tabacundo se encuentran las Pirámides de

Cochasqui, ruinas arqueológicas de la cultura preincaica Quito – Cara.

Al noreste de Quito encontramos el gran valle de Cayambe situado a los pies del imponente nevado del mismo nombre que con sus 5.790 metros sus escabrosas formas y su nieve es la principal atracción de los montañistas que gustan de este coloso. Cayambe es un cantón que conjuga gran riqueza natural y cultural. Un claro ejemplo son sus tradiciones en las que la tierra, el sol y las cosechas se manifiestan en precisos festejos. El centro histórico de la ciudad de Cayambe es muy atractivo son deliciosos y muy reconocidos sus bizcochos y quesos de hoja.

A las afueras de la ciudad, el turista puede conocer preciosas haciendas que han sabido conservar el patrimonio arquitectónico e histórico. También se puede conocer la línea Equinoccial conformada de un gran reloj de sol de 52 metros hecho con un gran mosaico de piedras que señalan las diferentes líneas de los solsticios y equinoccios, así como también las diferentes horas del día. La reserva Ecológica Cayambe – Coca es un lugar de bosques naturales y posee una gran diversidad vegetal de importancia ecológica, medicinal y animal, Además la reserva Ecología Antisana es hogar de varias especies de aves.

Hacia el sur se encuentra el verde productivo valle de Machachi su famosa feria artesanal y su fiesta folklórica más importante la del chagra (vaquero criollo, símbolo de nacionalidad, agrícola y ganadera) constituyen un gran atractivo. Machachi se encuentra



rodeado de volcanes y nevados como el Pasochoa con su bosque protector y su reserva de vida silvestre, el Rumiñahui, el Parque Nacional Cotopaxi y el Área Recreacional El Boliche.

La cercanía de la capital no ha desvirtuado los atractivos naturales de Pichincha. Pregunte a su operador turístico por el sitio de avistamiento de pájaros más rico del continente, por la variedad más grande de orquídeas; puede ir a restaurantes en donde decenas de colibrís se alimentan frente a usted, No olvide visitar una ciudad dentro del cráter de un volcán y no pretenda dejar el país sin su certificado de haber pasado del hemisferio norte al hemisferio sur. Al Noroccidente encontramos tierras llenas de vida natural, de esfuerzos de conservación ecológica, de vegetación y de fauna prolífica como el Bosque Protector Mindo – Pambillo, Los Bancos, Puerto Quito, todos bañados por ríos y cascadas en donde se puede practicar turismo deportivo, turismo de naturaleza y admirar la as variada especie de aves y flores exóticas. (Gonzales, 2013 - 2014)

### **1.8 Quito la Carita de Dios Capital del Ecuador.**

Según la publicación del de la página web País Turístico Quito esta:

Asentada en la MITAD DEL MUNDO, en la profundidad de un valle estrecho formado de volcanes andinos, a 2.800 metros sobre el nivel del mar, se encuentra la espectacular ciudad antigua y moderna de Quito que cuenta con el Centro Histórico más grande de América. La capital ecuatoriana alberga invaluableles iglesias, capillas, monasterios y conventos coloniales, plazas, museos, encantadores patios internos, edificaciones republicanas y una

interesante arquitectura de inicios del siglo XX, así como los atractivos del Quito moderno.

Erigida sobre las ruinas de un antiguo centro aborigen de los indios shyris y fundada por los españoles el seis de diciembre de 1534, Quito está dividida en tres zonas definidas por su intrincada geografía y que se caracterizan por sus contrastes arquitectónicos y particularidades culturales. En el norte se ubica el Quito moderno, donde se erigen grandes estructuras urbanas y comerciales; el centro o Quito antiguo reúne el legado colonial y artístico y ofrece un ambiente cautivador cuando se desarrollan procesiones religiosas y eventos culturales; en el sector sur se puede ubicar núcleos de expresión juvenil, que impulsan nuevas formas de cultura e interacción social. Además, Quito está atravesada de norte a sur, en el imaginario urbano, por una nueva columna vertebral que la caracteriza: el -trole- (Sistema Integrado de Transporte Trolebús) que ha modificado y agilitado todo el sistema de comunicación que tiene el distrito. La ciudad, en los últimos años, ha estado sujeta a un gran cambio urbanístico que la extendió hacia el norte, sur, los Valles de Tumbaco (hacia el nororiente) y Los Chillos (en el sur oriente); esto ha permitido un notable crecimiento económico y poblacional que ha generado avances en la industria, economía, comercio y hotelería, pero además ha configurado nuevos actores y nuevas demandas sociales. Esto exigió del gobierno local una reorganización

geográfica, administrativa y de conducción gubernamental de la ciudad. (Pais Turistico, 2012)

### 1.8.1 Generalidades de Quito.

**Tabla 7. Generalidades de Quito Capital del Ecuador**

QUITO CAPITAL DEL ECUADOR	
Quito:	Capital del Ecuador
Altitud:	2800 m.s.n.m.
Clima:	Frío
Temperatura:	0 a 25 °C (50 a 77 °F ) variable durante el día, es decir, los contrastes climáticos que se presentan durante el curso de un día, permiten que uno goce de las cuatro estaciones del año en un solo día, generalmente el clima es como un eterno verano.
Bordes:	La ciudad está rodeada por los volcanes Pichincha, Antizana, Cotopaxi, y Cayambe que conforman el contorno andino majestuoso. Cuenta con hermosos valles por el Oriente de la ciudad.
Límites:	Norte: Provincia de Imbabura. Sur: Provincia de Cotopaxi. Este: Provincias de Napo y Orellana. Oeste: Provincias de Esmeraldas y Manabí.
Cómo llegar a Quito:	Desde el exterior o interior del país a través del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre, vía terrestre a 8 horas de Guayaquil, 2 horas y media de Ambato, a 18 horas de Loja y a 3 horas y media de Puyo.

Fuente: [www.pichincha.gob.ec](http://www.pichincha.gob.ec).

Elaborado: Jenny Duque Medina

### 1.8.2 Gastronomía

**Hornado:** Exquisitos platos nacionales, constan de tortillas de papa, ensalada de lechuga, agrio y hornado (carne de cerdo horneada a leña). Ubicación: En toda la ciudad, en Sangolquí, en la Av. Michelena.

**Fritada:** Carne de cerdo frita con mote, papas y maduro, en Guayallabamba, en Pomasqui. Ubicación: En toda la ciudad, en Pomasqui.

**Seco de gallina:** Delicioso plato de arroz con gallina criolla (gallina de campo) y salsa de papa. Ubicación: En los mercados municipales, en la Av. Michelena y en puestos informales (Agachaditos).

**Caldo de Patas:** Caldo o sopa de patas de res (vaca). Ubicación: En los mercados municipales, en la Av. Michelena.

### 1.8.3 Tradiciones

Agosto Mes de las Artes: Durante todo el mes de agosto se realizan actividades culturales como: el Festival Internacional de Música Sacra, Festival de Cine Cero Latitud, Festival de Cine EDOC, Festival Internacional de Música Independiente Quito Fest, Festival Internacional de Teatro Experimental- Quito Festival Internacional de Títeres, Festival del Sur, entre otros..

Novena Navideña: También conocida en su forma simple como -la novena-, es un festejo católico que celebra el nacimiento de Jesús. Si bien es cierto, una novena no se circunscribe tan solo a la navidad, y en la ciudad existen ejemplos de otros usos de ésta, como la que se dedica a la Virgen Dolorosa, dentro de la tradición quiteña, la más importante es aquella que se festeja en navidad, esto se debe a la importancia misma que tiene esa fecha. Es una tradición que data aproximadamente del año 1725 -que es cuando el Fray, Fernando de Jesús Larrea (creador de esta novena), se ordenó como sacerdote-. Es una de las tradiciones más celebradas, junto a la Navidad que la acompaña, debido a que dentro de la ciudad (al igual que en el país) la mayoría de su población profesa la fe católica romana.

Parada Militar: Desfiles militares y colegiales el 27 de Febrero y el 24 de Mayo.

Carreras de Coches: Celebrados durante las Fiestas de Quito. Ciclo paseo: Proyecto que regala salud, recreación y encuentro a la ciudad, se puede caminar, ciclear, patinar, trotar o realizar otra actividad recreativa y de esta manera usar las calles de Quito de una forma diferente. A un inicio la ruta comprendía apenas 10km, desde la Cruz del Papa hasta la Tribuna del Sur y se la realizaba cada mes. Dada la acogida hoy son 29km que comprenden el trayecto y se lo realiza cada domingo de 9H00 a 14H00, inicia en el Parque de las Cuadras que incluye las avenidas Rumichaca, 5 de Junio, Venezuela y 10 de Agosto (Panamericana Norte) y termina en el cementerio Parque de los Recuerdos. Cada domingo, CiclóPolis es la encargada de armar el camino para que los usuarios recorran las calles con total seguridad. Para ello, cerca de 80 jóvenes están alertas desde las 5:30 para que la ciclo vía recreativa luzca perfecta. (Pais Turistico, 2012)

#### **1.8.4 Atractivos Turísticos Quito**

Quito es la capital y puerta abierta hacia todos los demás destinos turísticos del país. Ubicada en la mitad del mundo, en el 0°0'0", presenta opciones inagotables para la cultura, el descanso y la aventura.

Caminar por las 320 hectáreas del Centro Histórico más extenso y mejor conservado de América, Conocer sus estrechas calles de piedras enmarcadas por majestuosas construcciones arquitectónicas levantadas en el siglo XVIII y visitar sus extraordinarias iglesias, capillas, monasterios, plazas, museos, y sus casonas con patios internos y balcones adornados con

coloridos geranios. Recorrer los museos que al igual que los conventos e iglesias, atesoran cientos de obras de gran valor que dan cuenta del esplendor artístico de la Escuela Quiteña, en una época que Quito marco pauta del arte de América.

Quito se aprecia en todo su esplendor desde las alturas y sus miradores ofrecen fantásticas panorámicas hacia el trazo arquitectónico del Centro Histórico y hacia la “Avenida de los Volcanes”, El Panecillo, San Juan, Itchimbia, Cruz Loma son uno de los miradores que invitan a hacer deporte, visitar museos temáticos, tomar un café internarse en el volcán Pichincha o disfrutar de una velada inolvidable con el perfil de la montaña como telón de fondo, Además un lugar de visita obligada en el día es la calle Morales o La Ronda para conocer el arte y oficios de más de 12 artesanos que buscan revivir la tradición quiteña, además se puede encontrar sombreros, productos de miel de abeja, pan artesanal, juguetes de madera, hojalata, esculturas de la Escuela del taller Quito y muchas más artesanías.

Para los más aventureros en Quito y sus alrededores se puede disfrutar de una amplia variedad de actividades en diversos ambientes naturales: paseos a caballo, excursiones a elevaciones, ciclismo de montaña, trekking (caminatas) canopy, (desplazamiento a través de un cable), rappel (descenso por cuerda en superficies verticales) rafting (descenso de ríos sobre una embarcación neumática... etc.

Los diferentes pisos climáticos que van desde los 500 hasta los 4800 m.s.n.m, en los que se encuentra el Distrito metropolitano de Quito, han dado origen a una variedad de microclimas y ecosistemas, Esta biodiversidad ha marcado ha marcado el estilo de vida de los habitantes de cada parroquia convirtiéndose en una experiencia cultural distinta, acreedoras de platos típicos y tradiciones llenas de colorido y sentimiento autóctono. Así por ejemplo: El carnaval de Amaguaña, las fiestas de San Pedro y San Pablo en Atahualpa o las figuras de mazapán en Calderón.

Hacia el Sur de Quito se puede maravillarse con las haciendas y fincas que ofrecen actividades relacionadas con el agroturismo, en la Avenida de los Volcanes se admira la belleza del Cotopaxi, Los Illinizas y otros nevados, los más aventureros pueden ascender a estos colosos mientras los más conservadores pueden optar por caminatas en los páramos de los alrededores. Y si se trata de libertad es posible vivirla intensamente en “el tren más difícil del mundo” una de las obras de ingeniería más fantásticas del siglo pasado, ya que este tren atraviesa los Andes.

## 1.9 Parroquia de Lloa

### 1.9.1 Generalidades de la Población de Lloa

**Ilustración 8. Mapa Parroquia de Lloa – Quito**



Fuente: <http://commons.wikimedia.org/>

### 1.9.2 Reseña Histórica

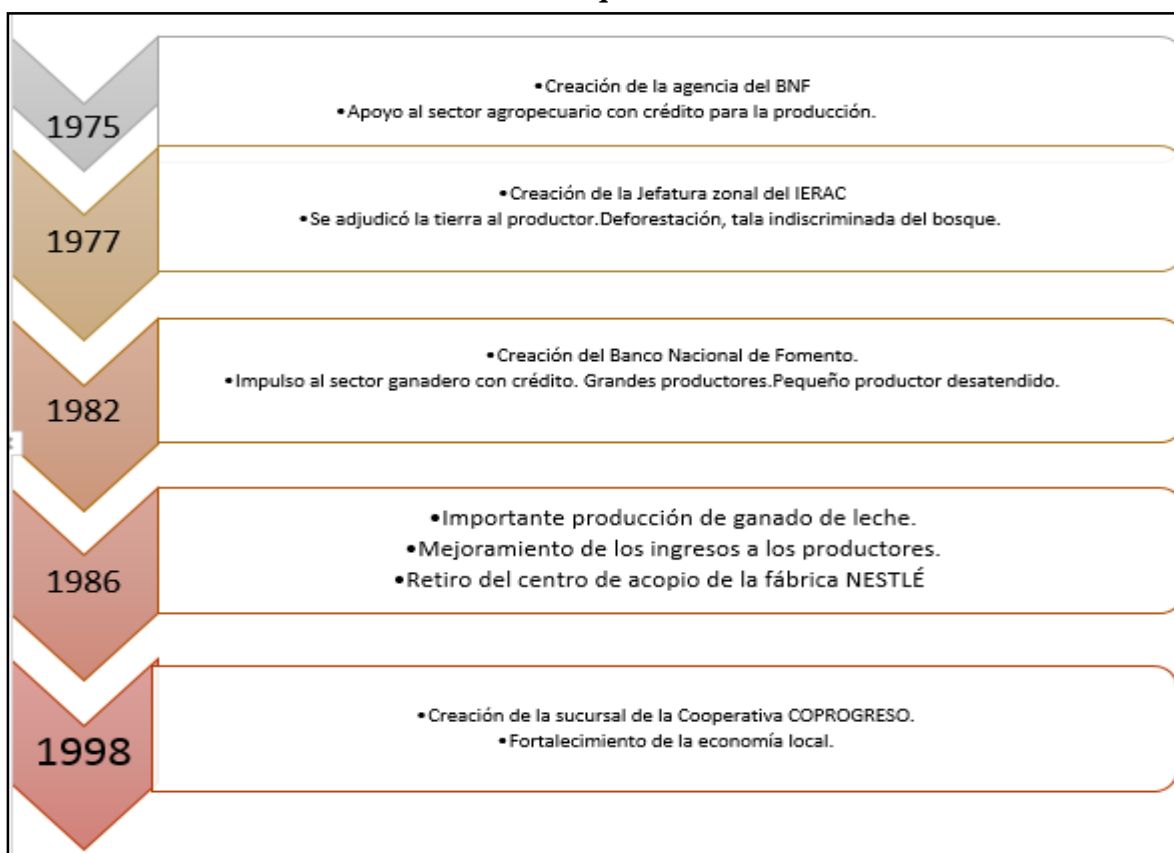
La elevación de Lloa a parroquia fue promulgada según Ley de División Territorial del 29 de mayo de 1861. Según lingüística de Jacinto Jijón y Caamaño Lloa significa Planicie en lo Alto, es una mezcla del vocablo Cara y Colorado, que fueron las poblaciones que más

incidencia tuvieron en el sector que hoy conocemos como Lloa. (Gobierno Provincial de Pichinacha, 2012, pág. 28)

Desde hace 144 años, yace este pueblo; ubicado a los pies del volcán Guagua Pichincha y casi oculto de la ciudad, nos demuestra que la labor del campo es imprescindible para el desarrollo económico del país. Muchos de sus habitantes dedican la mayor parte del tiempo a tareas agrícolas y ganaderas, en las numerosas haciendas que se extienden a lo largo del valle. Las fuentes de ingreso radican principalmente en la producción de lácteos y la comercialización de carne de res. Resulta conmovedor observar como madres y abuelitas, alrededor de la plaza tuestan el maíz al calor del sol; una vez que esté seco, se lo convierte en harina para preparar, entre otras cosas, la colada que alimenta a sus familias diariamente. (Parroquialloa, 2011)

### 1.9.3 Hitos Históricos de la Parroquia de Lloa

**Ilustración 9. Hitos Históricos Parroquia de Lloa en el Ámbito Económico**



**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial Parroquia de Lloa; [app.sni.gob.ec/.../27022013](http://app.sni.gob.ec/.../27022013)

**Realizado por:** Jenny Duque Medina



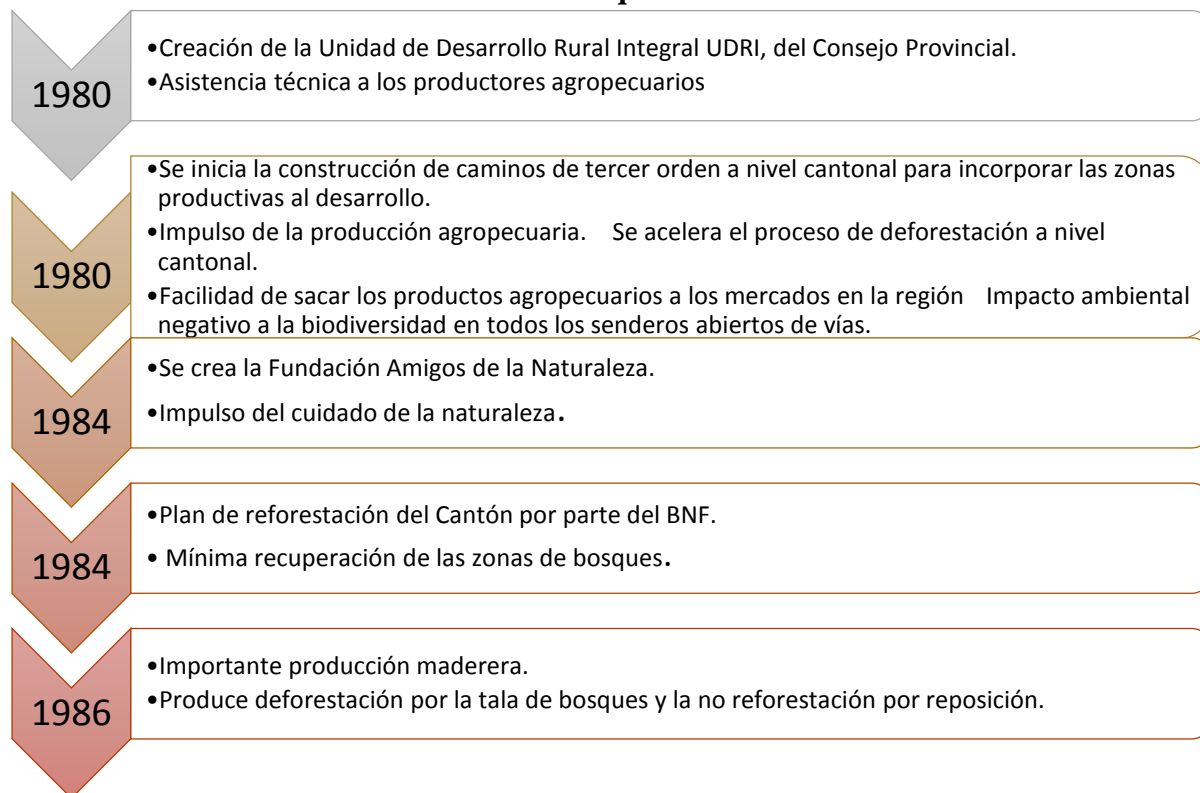
### Ilustración 10. Hitos Históricos Parroquia de Lloa en el Ámbito Social



**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial Parroquia de Lloa; [app.sni.gob.ec/.../27022013](http://app.sni.gob.ec/.../27022013)

**Realizado:** por la Autora.

### Ilustración 11. Hitos Históricos Parroquia de Lloa en el Ámbito Ambiental



**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial Parroquia de Lloa; [app.sni.gob.ec/.../27022013](http://app.sni.gob.ec/.../27022013)

**Realizado:** por la Autora.

#### 1.9.4 Ubicación Geográfica

Ubicada a 11.91 km de distancia del Distrito Metropolitano de Quito, en dirección sur oeste, en el Valle homónimo ubicado en las faldas del Volcán Guagua Pichincha.

Administrativamente, pertenece a la Administración Municipal Zona Sur “Eloy Alfaro”.

A 3.100 metros de altura sobre el nivel del mar, se extienden los 10 km de ancho por 54.5 km de largo de la parroquia, con una superficie total de 545.25 km<sup>2</sup>, por lo que se trata de la parroquia más extensa del cantón Quito. Solo el 40% de sus suelos corresponden a suelos accidentados y con grandes quebradas, propios de zonas volcánicas como es la del Guagua Pichincha.

#### Limites

Norte: Parroquia Nono y Cantón San Miguel de los Bancos

Sur: Cantón Mejía

Este: Distrito Metropolitano de Quito

Oeste: Cantones San Miguel de los Bancos y San José de Minas

### **Altitud**

1.800 msnm. en el sector del río Saloya y los 4.675 m sobre el nivel de mar en la cumbre del volcán Guagua Pichincha,

### **Clima**

La pluviosidad media anual se encuentra en 1.500 mm presentando un régimen de precipitación que corresponde a una distribución de tipo Andino; por lo tanto este régimen responde a factores de naturaleza orográfica y por la presencia de la Cordillera de los Andes.

El número de días promedio con lluvias es de 177. El periodo lluvioso es de Enero a Mayo, siendo Abril el de más alta precipitación, con casi el 20% del total de las lluvias.

Las intensidades más altas registradas están en el orden de los 40-45 mm en 1 hora. La temperatura media es 14° C hasta los 9.5° C a 3.400 msnm, con mínimas entre 0° y 4° C y máximas entre 24° a 26° C. Los vientos son moderados con velocidades medias entre 3 y 4 m/s dirección predominante norte.

### **Superficie**

La superficie aproximada de la parroquia es de 547.25 Km<sup>2</sup> (Gobierno Provincial de Pichinacha, 2012, págs. 29,30)

## **1.9.5 Demografía**

Lloa, con sus 1494 habitantes, tiene su punto más alto en la edad de 5 años hasta los 19 años, con un comportamiento etario irregular, pues observamos que en determinados rangos existen más hombres que mujeres y en rango secuencial es inverso. Su longevidad se la establece bajo los 99 años con 3 excepciones.

De toda la población que existe en la parroquia de Lloa la mayoría en el 2001 eran niños de 5 a 9 años y jóvenes de 10 a 14 años y en la actualidad mantiene esa proyección y es una población de jóvenes de 14 a 18 años y adultos de 19 a 23 años.

Los proyectos a realizarse serían destinados a los jóvenes de 14 a 23 años según la cantidad de población que sea en la actualidad.

(SIGAT - SEMPLADES, 2013, págs. 10,12)

### 1.9.6 Condiciones de Pobreza

**Tabla 8. Indicadores de Pobreza Parroquia de Lloa**

PARROQUIAS	Población	Índice NBI	Incidencia de la pobreza por consumo	Brecha de la pobreza por consumo	Incidencia de la Extrema pobreza de consumo	% Brecha de extrema pobreza por consumo
LLOA	1431	76.7	77.7	34.3	34.7	9.2
NONO	1753	55.48				

**Fuente:** Censo de Población y Vivienda - INEC Año: 2001 (ECV 2006) SIISE, Elaboración: ETP-GPP

La mayor población de esta zona está en la parroquia de Nono la cual en su mayoría padece de incidencia y severidad de pobreza, tiene mayor porcentaje de NBI.

En la parroquia de Lloa existe gran porcentaje de brecha de pobreza a comparación con la cantidad de su población, mayor cantidad de su población es de incidencia y severidad de pobreza.

Los proyectos deben ir destinados a eliminar la incidencia de pobreza que es lo que más existe en la parroquia de Lloa (SIGAT - SEMPLADES, 2013, pág. 12)

### **1.9.7 Análisis de la densidad Poblacional**

La parroquia de Lloa es la más grande en extensión territorial de todo el cantón Quito, con una superficie aproximada a los 547.25 Km<sup>2</sup> seguida por la parroquia de Pintag con 491.18 Km<sup>2</sup> y la parroquia de Pacto con 348.73 Km<sup>2</sup>.

Pero podemos decir que el área utilizable para vivienda y producción en la parroquia de Lloa es de apenas el 60 % ya que por su ubicación junto al volcán Guagua Pichincha hace que el 40 % restante sea de topografía accidentada y de alto riesgo para la inversión en vivienda y agricultura.

La densidad poblacional de la parroquia de Lloa es de 0.02 hab/Has que comparado con Nono 0.07 hab/Has y Nanegal 0.12 hab/Has, son las más bajas en relación al resto de parroquias del cantón Quito.

Podemos agregar a este análisis que la parroquia de Lloa se ha convertido en una población de descanso y de fin de semana ya que su fuerza laboral por razones anteriormente expuestas sale a diario para la ciudad de Quito. (SIGAT - SEMPLADES, 2013, pág. 14)

### **1.9.8 Condiciones Climatológicas**

Lloa goza de un clima frío, templado y subtropical, particular del sector de la sierra ecuatorial.

La pluviosidad media anual se encuentra en 1150 mm presentando un régimen de precipitación que corresponde a una distribución de tipo Andino; por lo tanto este régimen responde a factores de

naturaleza orográfica y por la presencia de la Cordillera de los Andes.

En la parroquia el número de días promedio con lluvias es de 177. Su periodo lluvioso, es todo el año, siendo las más altas precipitaciones en marzo y abril; en menos intensidad en los meses de julio y agosto; concluyendo con precipitaciones constantes ascendentes de septiembre a diciembre. Las intensidades más altas registradas están en el orden de los 160-155 mm, “con vientos moderados con velocidades medias entre 3 y 4 m/s dirección predominante norte”. Información analizada en un periodo del 1990 al 2009, datos proporcionados por el INAMHI. Estación Uyumbicho.

La temperatura media entre mínima y máxima es 14.04° C hasta los 15.98° C a 2789 msnm; con mínimas entre 13.40° a 15° C y máximas entre 15.20° a 16.70° C.

Las lluvias constituyen una fuente de alimentación de los procesos hidrológicos del territorio; por su estructura y zonas montañosas las aguas superficiales dan lugar a vertientes hidrográficas. (SIGAT - SEMPLADES, 2013, pág. 27)

### **1.9.9 Recursos Naturales**

Se identifica dos ecosistemas claramente definidos, con sus bosques natural, plantado y cultivado: Encontrando en el bosque, suros, bromelias, orquídeas, ortiga, helechos, pumamaqui y yahual; dentro del páramo, vegetación arbustiva, paja, chuquirahua, chicoria, ashpa, chocho, arquitecta, chilca, tipo, menta, trinitaria;

de bosques intervenidos como el canelo, aguacate, cedro, manglillo, drago, malva; y una variedad de aves (gallo de la peña). Entre otras mencionadas, de los sector las más conocidos, como Reservas Privadas; Finca Ecológica del Recinto San José del Guarumal; Bosque Protector Nambillo, Bosque Protector Toaza-Rio Blanco; Bosque Virgen Reserva Ecológica sector las Palmas. La naturaleza del sector define varios espacios del patrimonio de la parroquia; entre ellos: “BOSQUES PROTECTORES” (SIGAT - SEMPLADES, 2013, págs. 29-31)

**Tabla 9. Bosques Protectores Parroquia de Lloa**

BOSQUE PROTECTOR	SUPERFICIE
Bosque Protector Caracha	<b>284.69 hectáreas</b>
Bosque Protector la Paz y San José De Quijos	<b>403.43 hectáreas.</b>
Bosque Protector Mindo-Nambillo	<b>19.468.300hectáreas.</b>
Bosque Protector Toaza-Rio Blanco	<b>1118.240 hectáreas.</b>
Bosque Protector Toachi Pilatón	<b>34015.56 hectáreas</b>
Bosque Protector Sub cuenca Alta del Rio Solaya y Quebrada San Juan	<b>2857.050 hectáreas</b>
Bosque Protector Sub cuenca Alta del Rio Cinto	<b>4180.810 hectáreas</b>
Bosque Protector Santa Rosa y Yasquel	<b>2.380,10 hectáreas.</b>
Bosque Protector San Carlos de Yanahurco	<b>645.67 hectáreas</b>

Fuente: SIGAT SEMPLADES 2013

Elaborado por: Jenny Duque Medina

### 1.9.10 Turismo y Atractivos Turísticos en Lloa

Posee paisajes privilegiados, sus ríos, cascadas y su gente hacen del turismo una aventura y una experiencia totalmente inolvidable

Entre las actividades más relevantes que se pueden encontrar esta:

Cabalgatas Camping, Ciclismo, Trekking, Pesca recreativa y deportiva, Ascenso al Volcán, Áreas protegidas, Aguas termales,

Cascadas y ríos, Haciendas, ranchos y fincas, Área de conservación y estación científica, Senderos eco turísticos, Caminatas ecológicas (SIGAT - SEMPLADES, 2013, pág. 43)

### 1.9.11 Oferta Turística y de Servicios de Lloa

Según las investigaciones realizadas por el Semplades podemos concluir que:

A pesar de que Lloa es un lugar que posee varios atractivos turísticos como se lo ha detallado anteriormente, se puede observar que el desarrollo del turismo local necesita ser explotado más ampliamente, integrando varias estrategias para dar a conocer todo lo que puede ofrecer esta población en cuanto a turismo; De este modo la comunidad se vería beneficiada puesto que fomentaría un mejoramiento notable en la economía de la zona.

La oferta Turística y de Servicios en Lloa en la actualidad es escasa por lo tanto sería imprescindible optar por la instauración de nuevos emprendimientos en cuanto Servicios Hoteleros ya que esta zona tiene todo para desarrollar esta actividad de manera más fluida y de esta manera generar fuentes de empleo para la población que genera esta actividad.

**Tabla 10. Atractivos Turísticos de la Parroquia de Lloa**

Atractivo Turístico (Nombre)	Ubicación	Tipo de turismo	Tipo de administración (Comunitaria, pública, privada, mixta)
Aguas Termales de Urauco	Turismo recreativo	Nacionales y Extranjeros	Asociación de Jóvenes
Piscícola el Molino	Turismo Recreativo	Nacionales y Extranjeros	Privada
Piscícola las Vertientes	Turismo Recreativo	Nacionales y Extranjeros	Privada
Piscícola Alisal	Producción y recreación	local	Privada
Hostería Río Monte	Recreativo	Nacional Extranjero	Privada
-Volcán Guagua Pichincha -Volcán Padre Encantado -Volcán Rucu Pichincha	Turismo Natural y de Aventura	Nacionales y Extranjeros	Pública



Hacienda Hostería Las Palmas	Turismo recreativo, aventura y ecológico	Nacionales y Extranjeras	Privada
Santuario de la Virgen de El Cinto	Turismo Religioso Cultural	Nacionales y Extranjeros	Asociación
Hacienda Concepción Monjas	Turismo Recreativo y de Aventura	Nacionales y Extranjeros	Asociación
Granja Agroecológica San José	Turismo Educativo	Nacionales y Extranjeros	Asociación
Mirador de El Cinto	Turismo Cultural	Nacionales y Extranjeros	Público
Hacienda Hostería La Antigua	Turismo Cultural	Nacionales y Extranjeros	Privada
Quesera San José	Turismo Educativo	Nacionales y Extranjeros	Asociación
Quesera Urauco	Turismo Educativo	Nacionales y Extranjeros	Asociación
Centro Cultural-Centro de Interpretación	Turismo Cultural	Nacionales y Extranjeros	Pública
Iglesia del Parque Central	Turismo Religioso	Nacionales y Extranjeros	Pública
Fiestas de Parroquialización	Turismo Cultural	Nacionales y Extranjeros	Pública
Cascada de las siete caras	Turismo de Aventura	Nacionales y Extranjeros	
La pesca El Garañon	Turismo Recreativo ,aventura y ecológico	Nacionales y Extranjeros	Privado
Rancho Piedras Grandes	Turismo Recreativo ,aventura y ecológico	Nacionales y Extranjeros	Privado
Rancho Don Manucho	Turismo recreativo, aventura y ecológico	Nacionales y Extranjeros	Privado

**Fuente:** Diagnóstico Primer taller participativo Lloa Año: 2010  
Junta Parroquial Lloa  
Recorrido e inspecciones

**Elaboración:** Equipo técnico PODT-GPP

**Tabla 11. Servicios Turísticos Parroquia de Lloa**

Servicios Turísticos	Hoteles Hosterías	Restaurantes
Alimentación	Hacienda Hostería Las Palmas	La Vieja Casona
Hospedaje	Hostería La Antigua	Rincón del Buen Sabor
Recreación	Casa Campo	Rancho la Delicia
Refugio volcán	Rancho la delicia	La Abuelita María
		Virgen del Cinto
		Volcán Pichincha
		La Cueva del Oso
		La Parada
		Casa y Campo
		Paradero Turístico San José

Paraderos turísticos	Otras Actividades de conservación ecológica y avistamiento de aves
Peña blanca	Estación científica la favorita (Sector Chiriboga)
Verde jardín	Fundación Salvetierra (sector Chiriboga)
San Luis	
Los Laureles	
Alexander	
El Fogón	

**Fuente:** Diagnóstico Primer taller participativo Lloa Año: 2010

Junta Parroquial Lloa

Recorrido e inspecciones

**Elaboración:** Equipo técnico PODT-GPP

## 1.9.12 Infraestructura Básica.

### 1.9.12.1 Agua para consumo humano:

El 36% de las familias de los barrios de la parroquia recibe el líquido vital por red pública, que corresponde en mayor porcentaje al centro poblado, en tanto que el resto de la población lo recibe ya sea de río, vertiente, acequia o canal, lo cual es un problema para la salud.

### 1.9.12.2 Alcantarillado (Sistema de aguas servidas):

El 34% de la población elimina las aguas servidas por la red pública o alcantarillado, que corresponde al centro poblado, Urauco, San José; lo que nos permite indicar que el resto de la población elimina las aguas servidas lo hace a “pozos ciegos”, tanques sépticos o descargas directas a zanjas o cursos de agua, conllevando el deterioro y contaminación de las mismas y de la calidad de vida.

### **1.9.12.3 Recolección de basura:**

El 40% de la población tiene recolección de desechos sólidos, que corresponde al centro poblado, Urauco, San José; el resto de la parroquia elimina la basura por carro colector, por incineración, desecho a quebradas y por otros sistemas (compostaje, reciclaje, enterrando los desechos), siendo una debilidad el no poder evitar contaminación al medio ambiente.

### **1.9.12.4 Energía eléctrica:**

El 77% de la población dispone del servicio de luz eléctrica, que corresponde Al centro Poblado, San Luis, Urauco, San José, Chiriboga y el resto de la parroquia no la dispone, que corresponde a los barrios dispersos.

### **1.9.12.5 Alumbrado público:**

El 70% de los barrios dispone de alumbrado público, que corresponda al centro poblado, San José, Urauco, Chiriboga, mientras que el resto de la parroquia no la dispone, que corresponda a los barrios dispersos.

### **1.9.12.6 Infraestructura Salud**

El Sub Centro de Salud de Lloa, cuenta con 1 médico, 1 enfermera, 1 auxiliar de enfermería, 1 Odontólogo Rural y su tipo de atención es de salud preventiva, consulta externa de 8:00 a 16:00 H.

### **1.9.12.7 Redes viales y de transporte**

La parroquia de Lloa dispone de tres vías de ingreso y salida, la primera conecta a la cabecera parroquial con la ciudad de Quito desde el barrio Reino de Quito, parroquia Chillogallo, a través de una vía asfaltada de doble sentido, la segunda conecta a los barrios sur occidentales de la parroquia con la ciudad de Quito desde el barrio San Juan, parroquia de Chillogallo con la Provincia de Sto. Domingo de los Tsáchilas, a través de una vía estrecha lastrada de doble sentido (Gobierno Provincial de Pichinacha, 2012, págs. 63,64)

## **CAPITULO II. PROPUESTA.**

### **2.1 ESTUDIO DE MERCADO**

#### **2.1.1 Objetivo General**

Investigar si la parroquia de Lloa, es apta para la creación de un Centro de Retiro Espiritual recopilando información esencial que permita establecer la oferta, demanda, la oportunidad del mercado, segmentación y perfil del consumidor.

#### **2.1.2 Objetivos Específicos**

- Analizar los perfiles de los grupos de turistas que visitan la población de Lloa.
- Profundizar en la información recabada en el estudio de mercado para poder estar al tanto las necesidades y expectativas de los posibles visitantes y diseñar los productos hoteleros a ofrecer.
- Actividades espirituales, son de gusto y preferencias de los turistas.
- Categorizar a que sector causa satisfacción las actividades espirituales.
- Precisar los rasgos socio-económicos de los turistas que estarían dispuestos a visitar el Centro de Retiro
- Determinar un balance oferta - demanda.

#### **2.1.3 Análisis de la demanda**

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica o un precio determinado.” (Baca Urbina Gabriel , 2006, pág. 17)

El Ecuador obtiene demanda turística proveniente de todos los lugares del mundo, en la actualidad el turismo nacional ha ido ganando terreno, ofreciendo distintos lugares turísticos

en cada una de las provincias, de este modo los viajeros buscan día a día opciones interesantes para realizar actividades de recreación encontrando el tipo de Turismo que se acople a su necesidad.

#### **2.1.4 Segmentación de Mercado**

“La localización de diversos mercados donde se identifica y se toma a un grupo de compradores homogéneos, dividiendo el mercado en sub mercados de acuerdo a los requerimientos y deseos de compra.” (Rodríguez Santoyo, 2013, pág. 31)

#### **2.1.5 Importancia de la segmentación de mercados**

Según el Autor Adolfo Rafael Rodríguez indica en su libro Fundamentos de la Mercadotecnia dice que:

La segmentación de mercados se demuestra básicamente en el hecho de que permite un óptimo aprovechamiento de los recursos tanto de la empresa como de la sociedad, proporcionando de este modo un incremento significativo en la satisfacción de los consumidores. Por lo tanto, la segmentación de mercados es la consecuencia de un trabajo conjunto entre las necesidades y los patrimonios de los consumidores, así como con el beneficio de la empresa.

Para ejecutar la segmentación del mercado es indispensable establecer parámetros, los mismos que más adelante servirán como filtros para instituir el mercado potencial y la población a la que se orientaría el presente proyecto de Propuesta de Creación de un Centro de Retiro Espiritual en la Parroquia de Lloa.

Tabla 12. Segmentación de Mercado

Crterios de Segmentación	Segmentación de Mercados	Cifras
<b>Geográfica</b>		
País	<b>Ecuador</b>	<b>16'027.466</b>
Provincia	<b>Pichincha</b>	<b>2'947.627</b>
<b>Demográfico</b>		
Edad	<b>A partir de los 20 años</b>	<b>1'872.442</b>
Genero	<b>Masculino y Femenino</b>	
Estado Civil	<b>Todos</b>	<b>1'249.950</b>
Origen étnico	<b>Todos</b>	
Nivel de instrucción	<b>Indistinta</b>	<b>163.744</b>
Características de vivienda	<b>Todos los servicios básicos, zona urbana</b>	
Unidad geográfica	<b>Mercado local ciudad de Quito</b>	<b>20.632</b>
Estructura Poblacional	<b>PEA</b>	
Nivel Socioeconómico	<b>Medio Alto, Ingresos mensuales mayor a 600 USD.</b>	
Ciclo de vida	<b>Familia, compañeros de Trabajo, amigo.</b>	
Ciclo Familiar	<b>Solter@ joven, casad@ con hijos en el hogar, casad@ sin hijos.</b>	
Clase Social	<b>Media Alta</b>	
Religión	<b>Todas</b>	
Variable Conductual	<b>Por Salud de cuerpo, mente y espíritu</b>	
<b>Psicográficas</b>		
Personalidad	<b>Sentimental, Emocional, abierta, afirmativa, serena, concienzuda, tímida, práctica, conservadores, dependiente. Personas de disfruten de la naturaleza</b>	<b>20.632</b>
Valores	<b>Respeto, honestidad, etc.</b>	
Gustos y preferencias	<b>Especial gusto por lugares que inspiren paz y quietud espiritual, práctica de actividades espirituales.</b>	
	<b>TOTAL CIFRA DE ACUERDO A SEGMENTACIÓN</b>	

**Fuente:** INEC, Encuesta de estratificación del nivel socioeconómico/  
Pichincha en cifras GAD Pichincha.

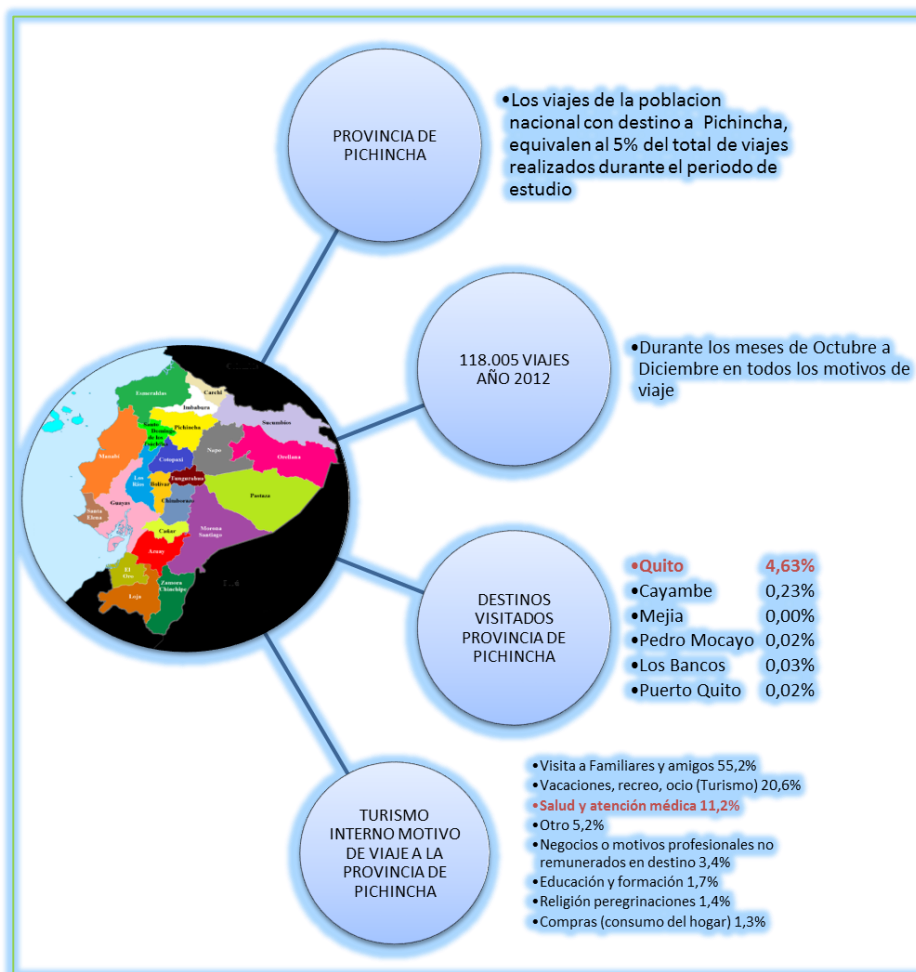
**Elaborado:** Jenny Duque Medina

## 2.1.6 Población y Muestra

### 2.1.6.1 Determinación de la Población

Se realizó la investigación respectiva al Ministerio de Turismo para obtener datos acerca de Cifras de motivos de turismo nacional, es decir porque motivo viajan las personas en el país (salud, religión, deporte, visitas a la familia, vacaciones, etc.), a nivel país y a nivel provincia pichincha.

### Ilustración 12. Turistas Nacionales que realizan viajes por Turismo de Salud a Pichincha



**Fuente:** Estudio Piloto Turismo Interno, MINISTERIO DE TURISMO

**Elaborado:** Por Jenny Duque

#### 2.1.6.2 Cálculo del Universo

El Universo es el nombre que recibe la ejecución que delimita el terreno de investigación, en otras palabras es la totalidad de unidades o elementos que forman el ámbito de estudio; Este cálculo se procederá a realizar con el dato de Población Económicamente Activa de la ciudad de Quito.

#### Universo

Según datos obtenidos en el INEC indican que:

Las personas ocupadas es decir Económicamente Activa PEA en Pichincha es de 1'249.950 personas de la cuales el mercado meta del proyecto está limitado de acuerdo a la estratificación socioeconómica de las población ubicada en los quintiles 1 y 2 que pertenecen a los niveles A (nivel alto) y B (medio alto), por tal motivo esta será la cifra utilizada para el respectivo cálculo de la muestra 163.744 habitantes.

### **2.1.6.3 Prueba Piloto**

Esta prueba consiste en obtener valores de p y q: (P) los que estén presentes en la población (Q) frente a las probabilidades de los que no estén presente, los mismos que se obtiene por medio de la tabulación de las preguntas que se establecieron para obtener una visión más clara y conocimiento de la aceptación que tendrá en este caso el nuevo servicio o a su defecto en mercado meta en específico. Las encuestas piloto se realizarán en la ciudad de quito, por ser este el lugar donde tendrá efecto el domicilio del proyecto y estará dirigidas a personas con las características y preferencias anteriormente detalladas en la segmentación de mercado. (el número de personas que se analizará serán 80 encuestas, este valor muestral es unicamente para la prueba piloto).

### **2.1.6.4 Tabulación de la Prueba Piloto**

¿Estaría usted interesado en acudir a un espacio que le brinde paz y encuentro espiritual en la parroquia de Lloa?



### Ilustración 13. Aceptación para la propuesta de Creación de un Centro de Retiro espiritual en Lloa



Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Jenny Duque

#### Resultados Plan Piloto

P = 71 = 89%      Q = 9 = 11%

#### 2.1.6.5 Tamaño de la Muestra

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(e^2 \cdot (N - 1)) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

N: es el tamaño de la población o universo. (163.744)

z: El nivel de confianza. (1,96)

e: Es el error muestral deseado. (0,0434)

p: es la proporción de individuos que poseen en la población

la característica de estudio (0,89)

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica. (0,11)

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,89 \cdot 0,11 \cdot 163,744}{(0,0434^2 \cdot (163744 - 1)) + 1,96^2 \cdot 0,89 \cdot 0,11}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,89 \cdot 0,11 \cdot 163744}{0,00188 \cdot 163744 + 3,8416 \cdot 0,89 \cdot 0,11}$$

$$n = \frac{61582,906}{308,7878} = \mathbf{199,5}$$

$$n = \mathbf{200 \text{ encuestas}}$$

El resultado que se obtuvo en el cálculo de la muestra es de 200 encuestas que serán aplicadas al segmento de mercado determinado para el presente proyecto.

### 2.1.7 Formato de encuesta.

#### ENCUESTA

Esta encuesta tiene como fin conocer la opinión de las personas que viven en la ciudad de Quito, acerca de la creación de un Centro de Retiro Espiritual en la Parroquia de Lloa. (Duración de la encuesta 3 minutos).

**TURISMO ESPIRITUAL ES:** El turismo espiritual no solo encierra propósito religiosos sino puede incluir otras actividades como: Yoga, Meditación, Paseos por la naturaleza, Spa, rituales, ejercicios de respiración etc. Su fin principal es encontrarse a sí mismo dentro de un ámbito de relajación. Absorber la sabiduría espiritual del destino, estar en comunión con la naturaleza y escapar de la rutina diaria.

1. ¿Conoce usted dónde está ubicada la parroquia Lloa?

Si.....

No.....

2. ¿A usted le gustaría contar con un establecimiento hotelero que le brinde un espacio de paz y encuentro espiritual?

Si.....

No.....

3. ¿Cuál de estas actividades le gustaría practicar con el fin de obtener equilibrio en su cuerpo mente y espíritu?

- Reiki ( )
- Ejercicios de Respiración ( )
- Meditación Mantras ( )
- Meditación Ángeles ( )
- Yoga ( )
- Yoga Danza ( )
- Armonización con Cuencos tibetanos ( )
- Rituales ( )
- Otros \_\_\_\_\_

4. ¿Qué tipo de decoración preferiría usted al momento de elegir un lugar de hospedaje con temática espiritual?

Decoración con extrema simplicidad de sus formas, líneas puras, espacios despejados y colores neutros, texturas como piedra, madera y el papel en contraste con agua, velas e inciensos, en un ambiente con equilibrio, armonía, calma y belleza. ( )

Decoración a través de la simplicidad, que evoque armonía y tranquilidad con recursos mínimos, serenos uniformes y que transmitan bienestar, ambientes despojados de objetos innecesarios. ( )

Decoración con madera, pero con poco tratamiento, a color y texturas naturales, Colores en tonalidades neutras o escala de café y beige, telas como la lana, algodón, manta etc. ( )

Decoración basada en respetar la energía vital de los ambientes, mejora el estado de ánimo o incluso ayudar a que la energía positiva fluya, orientando hacia la paz y armonía en el día a día. ( )

Otro \_\_\_\_\_

5. ¿Cuándo usted busca paz, tranquilidad y relajación que le inspira este sentir?

**(Marque hasta 2 opciones)**

Sonido del agua ( )

Música Suave ( )

Hermosos Paisajes ( )

Silencio Total ( )

6. ¿Con qué frecuencia le gustaría a usted visitar lugar de hospedaje Espiritual?

1 vez cada mes ( )

2 veces cada trimestre ( )

2 veces cada 6 meses ( )

1 vez cada año ( )

7. ¿A través de qué medio de comunicación preferiría usted obtener información y promociones del Centro de Retiro Espiritual?

Trípticos ( )

Revistas ( )

Internet ( )

Radio ( )

8. ¿Con quién estaría usted dispuesto a visitar este tipo de establecimiento?

Solo ( )

Pareja ( )

Familia ( )

Amigos ( )

9. ¿En qué época del año estaría usted dispuesto a realizar una estadía de tipo espiritual?

Ferriados ( )

Fin de semana ( )

Navidad ( )

Fin de año ( )

Entre semana ( )

Fiestas de Quito ( )

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete de fin de semana en este tipo de establecimiento, el cual incluya: hospedaje, alimentación, actividades espirituales?

200 a 300 USD ( )

300 a 400 USD ( )

400 a 500 USD ( )

500 a 600 USD ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## **2.1.8 Metodología de la Investigación de Campo**

### **Levantamiento de la Información:**

Se ejecutó mediante las fuentes primarias se recolecto la información de los potenciales consumidores del servicio en lugares estratégicos de la ciudad, a través de encuestas.

### **Procedimiento de la Información:**

Este procedimiento, contiene la impresión, clasificación, transcripción y comprobación. Los cuestionarios se revisan. Se ordenan y se asignan códigos a aquellas preguntas que son abiertas los mismos pueden ser números o letras para personificar cada pregunta. La verificación ayuda a que la tabulación sea correcta y lo más exacta posible, mientras que el análisis proporciona mayor garantía de la información recopilada durante el proceso de las encuestas realizadas.

El procesamiento de la información en primera instancia se realizó de forma manual, con la información obtenida de las encuestas se procedió a la respectiva tabulación de datos para proceder con los resultados a la correspondiente interpretación.

### **Análisis de los resultados**

Para proceder con el análisis de los resultados, se tomó en cuenta el análisis de cada una de las preguntas realizadas en las encuestas, y de este modo tenemos:

## 2.1.9 Tabulación de Encuestas.

### Pregunta 1.

**Tabla 13. Pregunta 1**

N°	OPINIONES	FRECUENCIA	%
1	Si	120	60
2	No	80	40
TOTAL		200	100

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Jenny Duque Medina

### Ilustración 14. Pregunta 1



**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Jenny Duque Medina

### Interpretación:

Del total de las personas encuestadas tenemos que el 60 % de ellas conocen donde está ubicada la Parroquia de Lloa, mientras que el 40% no conocen donde está ubicada esta Parroquia. Esto nos indica que el 60% que dice conocer el lugar de estudio.

**Pregunta 2.****Tabla 14. Pregunta 2**

N°	OPINIONES	FRECUENCIA	%
1	Si	120	85
2	No	80	15
TOTAL		200	100

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Jenny Duque Medina

**Ilustración 15. Pregunta 2**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Jenny Duque Medina

**Interpretación:**

De las 200 personas encuestadas los resultados reflejan que el 85% de este total están de acuerdo con la propuesta de creación de un centro de Retiro Espiritual, mientras que tan solo el 15% no les interesa contar con un establecimiento hotelero de este tipo.



### Pregunta 3.

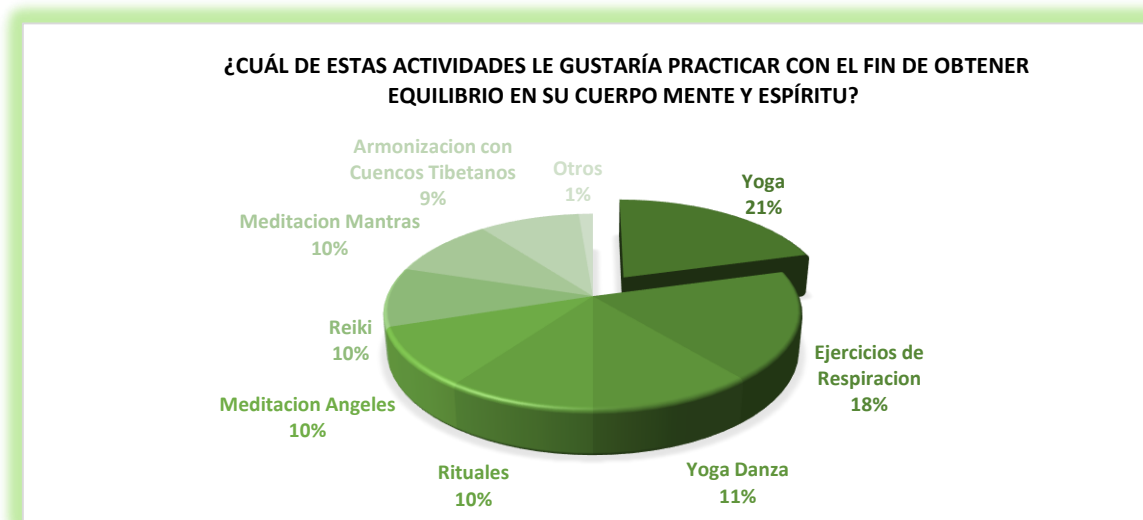
**Tabla 15. Pregunta 3**

N°	OPINIONES	FRECUENCIA	%
1	Yoga	114	21
2	Ejercicios de Respiración	100	18
3	Yoga Danza	61	11
4	Rituales	55	10
5	Meditación Ángeles	55	10
6	Reiki	54	10
7	Meditación Mantras	54	10
8	Armonización con Cuencos Tibetanos	50	9
9	Otros	7	1
<b>TOTAL</b>		<b>550</b>	<b>100</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jenny Duque

**Ilustración 16. Pregunta 3**



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jenny Duque

#### **Interpretación:**

Se observa que la actividad que tiene mayor tendencia de aceptación es el Yoga con 21%, Ejercicios de Respiración con el 18%, con el 11% la Danza Yoga, se puede mencionar también Rituales, Meditación Ángeles, Reiki, Meditación Mantras con el 10 % y Armonización con Cuencos Tibetanos con el 9% , obteniendo de las respectivas encuestas algunas opciones que indican los encuestados como: Masajes terapéuticos, Oración, Reflexología, Caminatas guiadas a la Naturaleza, Arte, Formación Espiritual las mismas que representan el 1% del total.

#### Pregunta 4.

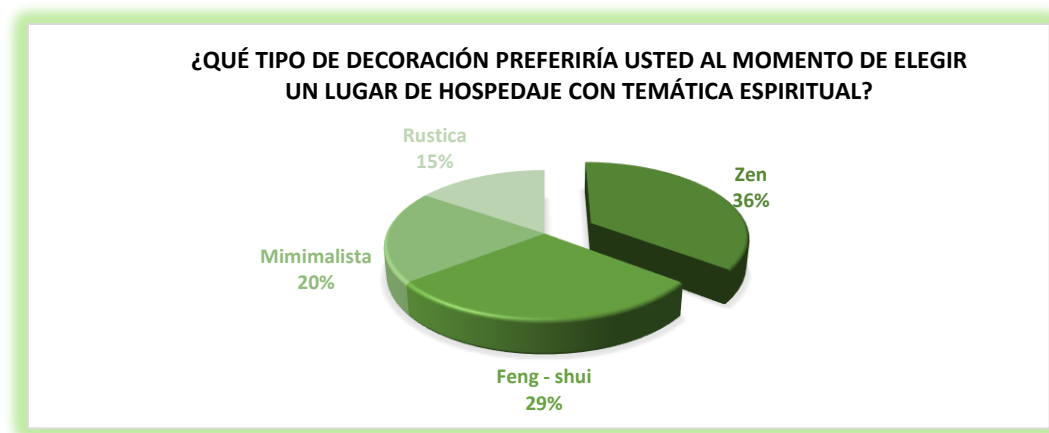
**Tabla 16. Pregunta 4**

N°	OPINIONES	FRECUENCIA	%
1	Zen	83	36
2	Feng - Shui	68	29
3	Minimalista	47	20
4	Rustica	36	15
TOTAL		234	100

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jenny Duque

**Ilustración 17. Pregunta 4**



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jenny Duque

#### Interpretación

Un 36% de las personas encuestadas manifiestan que les gusta una decoración Zen con extrema simplicidad en sus formas, mientras que la decoración Feng – Shui basada en respetar la energía vital de los ambientes representa el 29% de la preferencia de las personas, seguido por la decoración Minimalista que transmite bienestar, ambientes despojados de objetos innecesarios con un 20%, y finalmente la decoración Rustica basada en madera y texturas naturales con el 15%, las personas encuestadas mostraron interés en los diferentes tipos de decoración que emanan en los ambientes de paz y quietud, aspecto importantísimo que provocara de cierto modo preferencia por parte de los posibles consumidores del servicio que se pretende ofrecer.

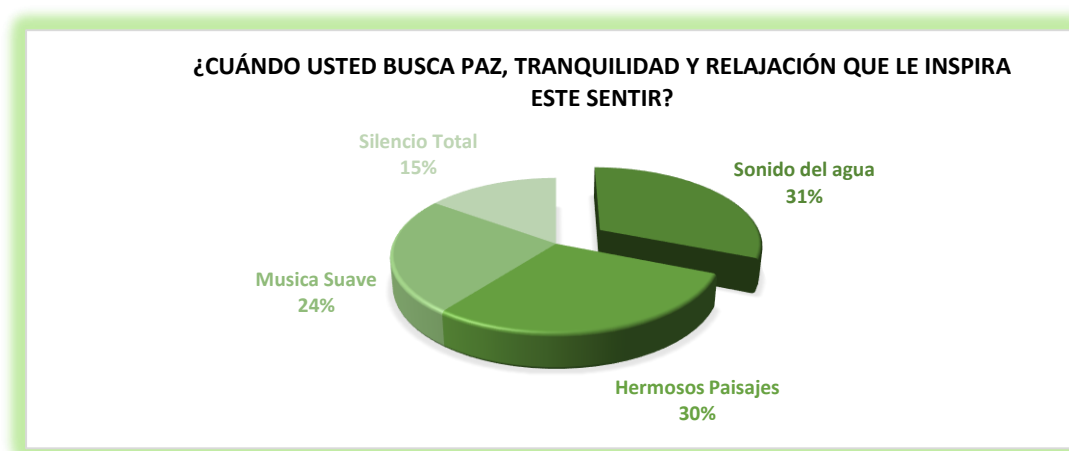
## Pregunta 5

**Tabla 17. Pregunta 5**

N°	OPINIONES	FRECUENCIA	%
1	Sonido del agua	93	31
2	Hermosos Paisajes	88	30
3	Música Suave	73	24
4	Silencio Total	45	15
TOTAL		299	100

**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** Jenny Duque

**Ilustración 18. Pregunta 5**



**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** Jenny Duque

## Interpretación

Esta pregunta tiene una relación muy importante con la pregunta 4 ya que los ambientes son indispensables para el desenvolvimiento de los seres humanos cuando el ambiente emana negativismo todo gira a ese entorno, si el ambiente emana tranquilidad, calma, equilibrio, todo fluirá de mejor manera; por tal razón estos resultados reflejan que 31% de personas se sienten relajados con el sonido del agua, mientras que con una pequeña diferencia le sigue con un 30% causa este sentir en las personas los hermosos paisajes, seguido de un 24% la tendencia se inclina a la música suave y un 15% tiene el gusto por el silencio absoluto para conseguir en su cuerpo, mente y espíritu equilibrio, paz y quietud.

## Pregunta 6

**Tabla 18. Pregunta 6**

N°	OPINIONES	FRECUENCIA	%
1	1 vez cada mes	58	32
2	1 vez cada año	53	29
3	2 veces cada trimestre	39	21
4	2 veces cada 6 meses	34	18
TOTAL		184	100

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Jenny Duque

**Ilustración 19. Pregunta 6**



**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Jenny Duque

### Interpretación

En esta pregunta se puede observar que al 32% las personas encuestadas les gustaría visitar un establecimiento de hospedaje espiritual 1 vez cada mes; Mientras que es el 29% preferiría visitar un establecimiento de este tipo 1 vez cada año, con un 21% tenemos que a las personas se inclinan por la opción de visitar un centro de Retiro Espiritual 2 veces cada trimestre lo cual significa que les gustaría viajar a este lugar 8 veces al año, con un 18% se enmarcaron las personas que preferían viajar 2 veces cada seis meses; en conclusión la mayoría de las personas viajarían para visitar un lugar de hospedaje espiritual a por lo menos 1 vez al año y como máximo 12 veces al año lo que manifiesta que las personas les gusta inclinarse por este tipo de servicio y participar del mismo y además corrobora que existe una buena demanda para el proyecto.

## Pregunta 7

**Tabla 19. Pregunta 7**

Nº	OPINIONES	FRECUENCIA	%
1	Redes Sociales	109	54
2	Medios Escritos	46	23
3	Televisión	22	12
4	Radio	23	11
TOTAL		200	100

**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** Jenny Duque

**Ilustración 20. Pregunta 7**



**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** Jenny Duque

### Interpretación

Se puede observar que las personas en su mayoría prefieren que el medio por el cual estén informados sobre publicidad y promociones del servicio sea a través de las Redes Sociales con un 54%, donde están involucradas varias opciones de comunicación con las personas sea este Páginas Web, Correo Electrónico, Twitter, Whatsapp, Facebook, etc. Seguida con el 23% tenemos a Medios Escritos, llámese estos flyers, anuncios en Revistas o Periódicos, trípticos etc. El siguiente medio de preferencia de las personas encuestadas es la Radio con un 12% el cual se presentaría a través de sponsors publicitarios o menciones por locutores, con el 11% tenemos a la televisión, de los medios de comunicación presentados en este cuestionario se analizaría cuál de ellos sería viable para esta propuesta.

## Pregunta 8

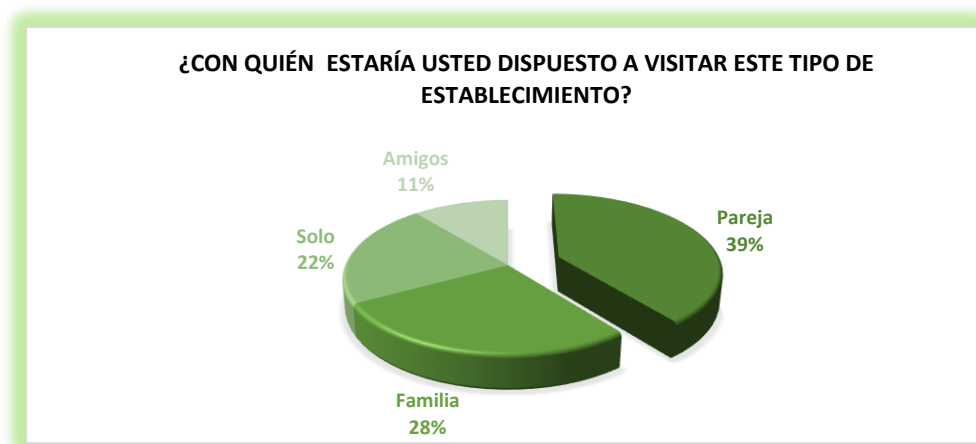
**Tabla 20. Pregunta 8**

N°	OPINIONES	FRECUENCIA	%
1	Pareja	90	32
2	Familia	63	29
3	Solo	50	21
4	Amigos	25	18
TOTAL		184	100

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jenny Duque

**Ilustración 21. Pregunta**



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jenny Duque

## Interpretación

De las personas encuestadas 39% opinaron que les gustaría visitar un establecimiento orientado al turismo espiritual en pareja, mientras que el 28% afirmaron que les gustaría hacerlo en familia, y el 22% se inclinan a realizar este tipo de actividad solos, y tan solo el 11% estarían interesados en visitar el establecimiento acompañado de sus amigos.

## Pregunta 9

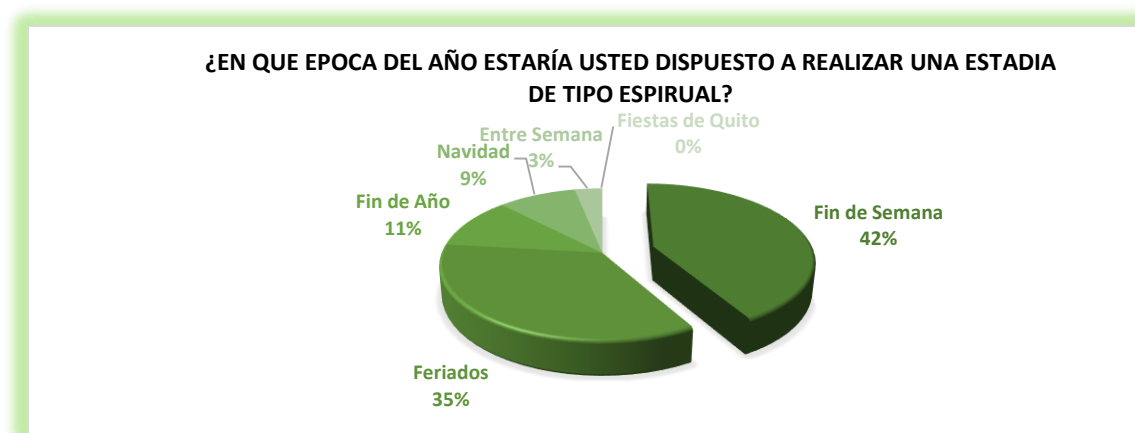
**Tabla 21. Pregunta 9**

N°	OPINIONES	FRECUENCIA	%
1	Fin de Semana	92	42
2	Feriado	77	35
3	Fin de Año	24	11
4	Navidad	20	9
5	Entre Semana	7	3
6	Fiestas de Quito	0	0
TOTAL		220	100

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jenny Duque

**Ilustración 22. Pregunta 9**



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jenny Duque

## Interpretación

De aquellas personas encuestadas el 42% afirma que la época del año que ellos dedicarían para realizar un viaje de tipo espiritual es los Fines de Semana al ser el porcentaje más alto es importante para esta propuesta lo que quiere decir que las personas les gustaría tener este tipo de experiencia de manera repetida, la siguiente época predilecta por las personas con el 35% es los Feriados, con el 11% están las personas que preferirían viajarían el Fin de Año, mientras que el 9% corresponde a las personas interesadas en viajar en la época de Navidad, con un bajo porcentaje el 3% se presentan las personas que viajarían entre semana.

## Pregunta 10

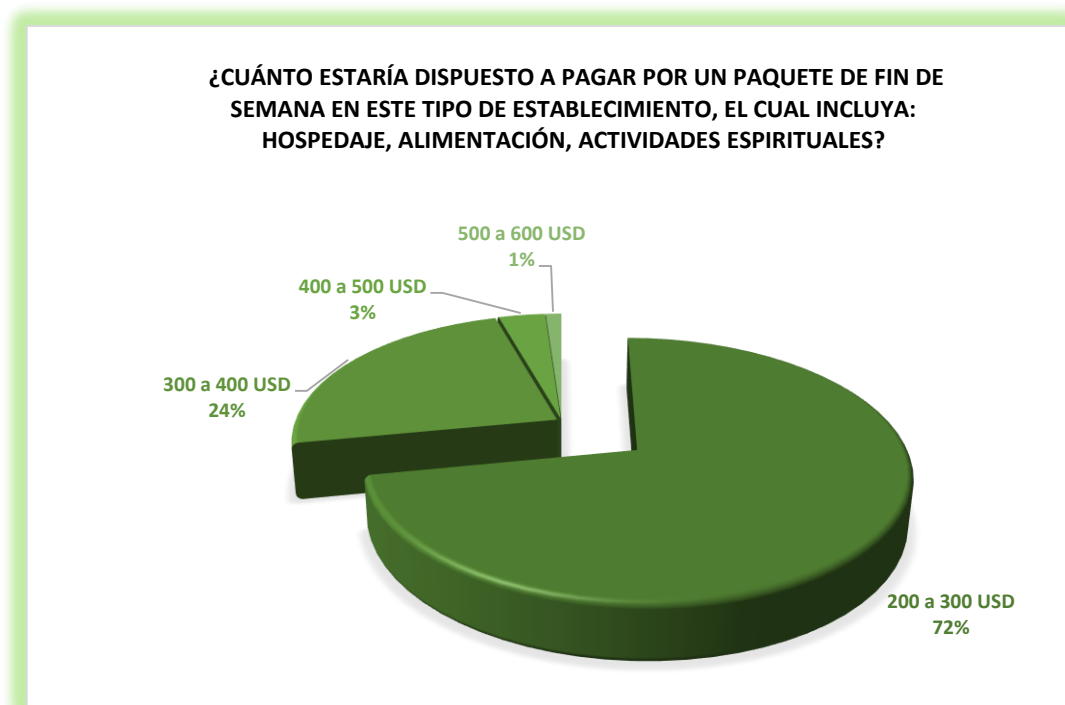
**Tabla 22. Pregunta 10**

N°	OPINIONES	FRECUENCIA	%
1	200 a 300 USD	131	72
2	300 a 400 USD	43	24
3	400 a 500 USD	6	3
4	500 a 600 USD	2	1
TOTAL		182	100

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Jenny Duque Medina

**Ilustración 23. Pregunta 10**



**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Jenny Duque

### Interpretación

Más de la mitad de los encuestados con el 72% indican que estarían dispuestos a pagar de 200 a 300 USD por un hospedaje espiritual de fin de semana y de acuerdo a los servicios propuestos,. La opción de 300 a 400 USD alcanza el 24% debido a que las personas expresan que si se cumple lo propuesto en relación a la relajación y descanso espiritual el costo



es razonable ya que por actividades similares en otros establecimientos como los spas los costos son bastante elevados y quizá el resultado sería el mismo, mientras que el 3% de las personas estarían en la capacidad de pagar de 400 a 500 USD por este tipo de servicio, y el 1% tendría una capacidad más alta de pago que corresponde a 500 a 600 USD. Esto quiere decir que se muestra que la capacidad de pago es variada aunque existe mayor porcentaje por la propuesta más baja.

## **2.1.10 Conclusiones y Recomendaciones del Estudio de Mercado.**

### **2.1.10.1 Conclusiones.**

Después de analizar los datos de la investigación aplicada al PEA de la ciudad de Quito y luego de haber establecido la segmentación de mercado a la que estará dirigido este proyecto se puede deducir que:

- a) El 60% quizá no es un porcentaje muy amplio pero resulta ser un número razonable de respuestas positivas, para intuir que al conocer la población de Lloa les interesaría visitarla para practicar una innovadora opción que es el Turismo Espiritual.
- b) El interés de contar con un establecimiento hotelero que brinde un espacio de paz y encuentro espiritual es una de las preguntas más significativas para analizar los resultados del cuestionario, ya que por medio de esta se podrá tener una visión clara en cuanto a la acogida que pueda tener o no dicho proyecto, por tal motivo se puede establecer que se observa que el 85% de las personas muestran cierto interés por experimentar nuevas formas de turismo y dejar de lado la rutina diaria.
- c) El punto significativo es haber identificado si estas actividades son del interés de los posibles clientes potenciales. Es importante recalcar que todas las

actividades presentes en la encuesta tienen un porcentaje de interés en la población encuestada, lo mismo que es óptimo para la propuesta ya que se puede conjugar distintas maneras de ofrecer espacios que proporcionen paz y quietud espiritual.

- d) Cabe mencionar que el 32% de personas estarían dispuestas a visitar un establecimiento de este tipo, lo cual es una cifra interesante ya que se puede analizar que las personas en la ciudad de Quito por el ritmo de vida y el estrés de la ciudad buscan opciones que les puedan brindar tranquilidad. Y un 42% les gustaría practicar turismo espiritual los fines de semana por tal razón se puede establecer que en la actualidad el turismo está abandonando la ideología de ser netamente estacional.
- e) En relación al costo se puede concluir que los dos mayores porcentajes que las personas estarían dispuestas a pagar representa porcentajes de 72% para un paquete de fin de semana un costo de hasta 300 usd y el 24% un costo de hasta 400 usd, lo que indica la capacidad de pago de las personas encuestadas para contar con un servicio de alojamiento innovador que les proporcione paz y encuentro interior.

#### **2.1.10.2 Recomendaciones**

- a) Es de vital importancia tomar en cuenta una adecuada segmentación de mercado, destinándolo aquellos segmentos que reflejen requisitos básicos para el desarrollo del proyecto (ser medibles, asequibles, fundamentales y diferenciales).
- b) Se debe buscar segmentos de mercados con posibilidades de explotar, de este modo hay la certeza de pronosticar que hay una oportunidad de triunfar en el mercado.

- c) Realizar paquetes turísticos que impresionen a los posibles compradores del servicio, ofreciendo un producto innovador donde se muestre el costo – beneficio, así se logra asegurar el compromiso de compra.
- d) Después de los datos obtenidos en el estudio de mercado se recomienda establecer un adecuado e interesante plan de mercadeo de acuerdo a la segmentación establecida ya que es indispensable tomar en cuenta las características distintivas y diferentes del mismo.

### **2.1.11 Cuantificación de la demanda.**

Consiste en estimar, predecir y cuantificar cuál será la demanda futura del público objetivo para los productos de la empresa.

#### **2.1.11.1 Demanda Inicial.**

Para el cálculo de la demanda inicial se debe tomar los resultados de la encuesta y los datos arrojados en la segmentación de mercado. El resultado obtenido en la encuesta muestra que del total del universo que corresponde al 12,60% que tiene como motivo de turismo la salud, religión o creencia, se obtiene una demanda de 20.632 personas con una intención clara de compra. Sin embargo para obtener una información más precisa se tomará en cuenta el nivel de aceptación del universo que corresponde al 85%, es decir se obtendría un total de 17.537 personas como mercado meta o demanda potencial. Además se puede tomar como valores referenciales la frecuencia de uso de los encuestados de este tipo de establecimientos que es el 32% que lo visitarían una vez al mes, es decir 6.602 personas. Otro dato importante a tomar en cuenta es que el 42% estaría dispuesto a visitar el establecimiento el fin de semana, es decir 8.665 personas.

### 2.1.11.2 Demanda Real.

Para el cálculo de la demanda real se toma como referencia la capacidad máxima del proyecto, que corresponde a:

- Capacidad máxima del proyecto: 70 pax
- Días hábiles de atención anual: 360
- Total Demanda real de acuerdo a capacidad máxima = 25200 pax al año.

Si tomamos en cuenta la demanda potencial del proyecto, se pretendería obtener una ocupación promedio anual del 69,6%, atendiendo a 17.537 pax anuales.

### 2.1.11.3 Cuantificación de la demanda proyectada.

Para la cuantificación de la demanda se tomará en cuenta el porcentaje de crecimiento de turismo en Quito, que para el 2015 es de 10%.

**Ilustración 24. Tasa de crecimiento interanual**



Fuente: Quito Turismo 2015, <http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/estadisticas>

**Tabla 23. Proyección de la Demanda**

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL
2015	17.537	25.200
2016	19.291	27.720
2017	21.220	30.492
2018	23.342	33.541
2019	25.676	36.895
2020	28.244	40.585

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Jenny Duque Medina

### 2.1.12 Análisis de la oferta

Está constituida por todas las cantidades que los productores de determinado bien o servicio están dispuestos a ofrecer a cada nivel de precio. Los factores determinantes de la función de oferta son: La oferta del bien  $x$  es función del precio del bien, del costo de los factores productivos utilizados, de la tecnología empleada y de los objetivos empresariales. (Rodríguez, 2013, pág. 96)

Según Kotler, Bowen, & Makens, 2011 indica que cada servicio o producto presenta alternativas de ser sustituido en cualquier momento sobre todo cuando esté presente falta de cierto producto o servicio que el consumidor necesite y la competencia lo pueda remplazar proporcionando así la satisfacción al consumidor; o su vez pueden existir alternativas complementarias que mejoren al producto original.

De este modo en el caso del presente proyecto en la empresa turística, es muy importante tomar en cuenta estos elementos al momento de ofertar un servicio, pero asegurándose que hayan más servicios o productos complementarios que sustitutos.

Para ejecutar el Análisis de la competencia de la propuesta de Creación de un Centro de Retiro Espiritual en la población de Lloa, se ha realizado un estudio en el mercado al cual estaría enfocada la oferta. En la parroquia de Lloa no existen establecimientos que brinden un

servicio con las características del Centro de Retiro Espiritual, más bien los establecimientos que existen en Lloa están enfocados al ecoturismo, recreación, Turismo ecológico, etc. Estas hosterías representarían nuestra competencia directa, existen también establecimientos informales que ofrecen servicio de alimentación los mismos que se presentaría como nuestra competencia indirecta, en la población de Lloa no se registran establecimientos que brinden servicios de Spa o actividades netamente de relación lo cual es interesante para el desarrollo del proyecto ya que así se podrá abarcar ese mercado de manera efectiva.

De conformidad al análisis de los datos obtenidos en la Junta Parroquial de LLoa y en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de LLoa 2012, en esta zona existen hosterías y cabañas que ofertan servicios de Alojamiento, Alimentación y Recreación. La información se detalla a continuación:

#### 2.1.12.1 Factores que influyen en la oferta

#### 2.1.12.2 Número de competidores internos

En la población de Lloa existen entre Hosterías y Cabañas alrededor de 4 establecimientos que ofertan servicios de alojamiento, alimentación y recreación y son las que acaparan gran parte del mercado turístico, por otra parte citaremos también a 5 comedores típicos que ofertan alimentación ya que estarán considerados competencia indirecta por enfocarse al mismo mercado del presente estudio.

**Tabla 24. Servicios de Alimentación**

SERVICIO DE ALIMENTACIÓN		PLAZAS	CATEGORÍA
Restaurantes	<b>La Antigua</b>	<b>50</b>	<b>SC</b>
	<b>Las Palmas</b>	<b>30</b>	
	<b>Vista Hermosa</b>	<b>30</b>	
Comedores típicos	<b>Colonial Lloa</b>	<b>20</b>	<b>SC</b>
	<b>Rincón del Buen Sabor</b>	<b>50</b>	<b>SC</b>
	<b>Rincón de la Abuelita María</b>	<b>15</b>	<b>SC</b>
	<b>Virgen del Cinto</b>	<b>SC</b>	<b>SC</b>
	<b>Paradero Peñas Blancas</b>	<b>25</b>	<b>SC</b>
		<b>20</b>	


**Fuente:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de LLoa 2012 e Investigación Propia  
**Elaborado por** Jenny Duque

- Hostería la Antigua
- Hacienda Hostería las Palmas
- Rancho la Delicia

### 2.1.12.3 Precios promedio de productos relacionados

A través de la investigación de campo la información que se recabo en relación a los establecimientos antes mencionados es:


**Tabla 25. Datos de la competencia Directa**

<b>Hacienda Hostería la Antigua</b>	
Categoría: Sin Categorizar	
Dirección: Calle Angamarca a 15 minutos del sur de Quito (Subida sector la Mena Dos)	
Número de Plazas : 25	
<b>Servicios y actividades:</b> Hospedaje: 7 habitaciones ( parejas, familia, grupos) Restaurante: Desayunos, Platos a la carta Tours: en Jeep, de Madrugada, Trakking caminata Mindo – Lloa, Mountain Bike y Down Hill. Eventos: Sala de Capacitaciones capacidad para 20 a 70 Pax	
<b>Precios promedio de alimentación:</b> Desayuno: 7 USD Almuerzo: 23 USD Cena: 15 USD	
<b>Tarifa promedio de Hospedaje</b> 35 USD más impuestos por persona (incluye desayuno)	
<b>Servicios Complementarios</b> Agua Caliente Internet Parqueadero Café y aromáticas ilimitadas. Uso de juegos: futbolín, karaoke, ping-pong. Parque infantil "Guagua Cuna" Cancha de fútbol. Caballo para montar en los interiores. Participación en el ordeño 4:30pm	

**Fuente:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de LLoa 2012 e Investigación Propia

**Elaborado por** Jenny Duque


**Tabla 26. Datos de la competencia directa**

<b>Hacienda Hostería las Palmas</b>	
Categoría: Sin Categorizar	
Dirección: 27 Km al sur de Quito (Subida sector la Mena Dos)	
Número de Plazas : 20 plazas	
<b>Servicios y Actividades</b> Hospedaje: 4 cabañas ( parejas, familia, grupos) Restaurante: Desayunos, Platos a la carta Camping: Sitio de Capping, Baños, Alquiler de carpas, leña para cocinar Pesca Deportiva: Servicio para personas hospedadas con reservación previa Caminata a Mindo: Guía Nativo, Caballo	
<b>Precios promedio de alimentación:</b> Desayuno: 5 USD Almuerzo: 15 USD Merienda: 13 USD	
<b>Precios promedio de Hospedaje</b> 25 USD sin impuestos por persona (incluye desayuno)	
<b>Servicios Complementarios</b> Agua Caliente Calefacción Parqueadero Internet	

**Fuente:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de LLoa 2012 e Investigación Propia

**Elaborado por** Jenny Duque

**Tabla 27. Datos de la competencia directa**

<b>Rancho la Delicia</b>	
Categoría: Sin Categorizar	
Dirección: Se encuentra a 8 kilómetros de la población de Lloa	
Número de Plazas : No ofrece este servicio	
<b>Servicios y Actividades</b> Restaurante: No ofrece este servicio Senderismo Área de camping Avistamiento de aves Visita de cascadas Pesca deportiva Cabalgatas Realización de Actividades de Ecoturismo	
<b>Precios promedio de Hospedaje</b> No ofrece este servicio	
<b>Servicios Complementarios</b> Posee varios sitios turísticos de interés	

**Fuente:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de LLoa 2012 e Investigación Propia

**Elaborado por** Jenny Duque




Los establecimientos que se ha analizado en la parte de la oferta han logrado posicionarse en el mercado, por lo tanto se encuentran en la capacidad de invertir en mejorar sus servicios de manera continua, para que el servicio que brindan sea privilegiado y escogido por los turistas que acuden a la Población de Lloa.

#### 2.1.12.4 Número de competidores externos

Como competencia directa es significativo considerar dentro de este estudio las ofertas que presentan las parroquias aledañas si bien es cierto estos lugares no están cerca del zona de estudio pero por las características del servicio a ofrecer se ve la necesidad de hacer un macro análisis de varios establecimientos que dan un servicio similar a lo propuesto en el presente proyecto. Dentro de la ciudad de Quito existen varios establecimientos enfocados a turismo espiritual religioso como:

**Tabla 28. Información Competencia Externa**

Nombre de Establecimiento	Logotipo	Slogan	Datos importantes
San Patricio		Centro Salesiano de Espiritualidad	Lugar con un ambiente ideal para retiros espirituales, Cuenta con sala para reuniones, convenciones ejecutivas y empresariales. Cerca de la ciudad pero a la vez alejado del ruido. Posee amplia infraestructura, espacios verdes y espectacular vista hacia hermosos paisajes Capacidad para 350 personas durante el día Alojamiento para 180 personas. Capilla para reflexión y oración. Comedores Jardines, espacios verdes para meditación

<p><b>Casa de retiros y convivencias</b></p>		<p>Ubicado en La Armenia - Conocoto.  Cuenta con un lugar tranquilo con sol y buen clima.  El ambiente de silencio y recogimiento ideal para la oración, reflexión y el trabajo.  Posee con un Salón Múltiple con capacidad para 150 personas.  Espacios para trabajar en grupos.  Capilla  Tiene 30 habitaciones individuales con baño y ducha personal; 2 habitaciones para dos personas con su respectivo baño privado.  Cuatro habitaciones para grupos con baño compartido.  Comedor  Espacios verdes, canchas deportivas  Gruta de la Virgen María.  Servicio de alimentación tres comidas y refrigerios.</p>
<p><b>Casa de Ejercicios Espirituales San Agustín</b></p>		<p>Ser más para servir mejor</p> <p>Ubicado en Machachi.  Capacidad para 45 personas  Habitaciones individuales con baño privado y agua caliente.  Posee comedor comunitario.  Salón para audiovisuales y salón de conferencias.  Varios espacios verdes y jardines acogedores.  Servicio especialmente para jóvenes de colegios.</p>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Jenny Duque Medina

Este proyecto propone brindar este servicio sin ningún enfoque religioso sino más bien está encaminado a todas aquellas personas que deseen experimentar una transformación personal y conexión con uno mismo, por medio de métodos de relajación.

Otro punto a tomar en cuenta es que en los tres lugares citados anteriormente poseen el mismo estilo servicios lo cual es una ventaja para el objeto de estudio, ya que muchas personas buscan lugares de paz espiritual que no estén apegadas a ningún ámbito religioso. Actualmente en Quito no hay lugares que poseen características distintas en sentido de turismo espiritual, hay lugares que ofrecen servicios parecidos a modo de cursos y por temporadas fijas.

De igual manera el centro de retiro espiritual debe preocuparse por brindar un servicio personalizado y diferenciado que lo haga el predilecto para ser visitado periódicamente por las personas tanto de la población de Lloa como, de las personas de la ciudad de Quito e inclusive del país entero.

Cabe subrayar que según el estudio de mercado, el target de mercado serían gente que habita en los principales lugares de la ciudad de Quito lo cual representa una ventaja, ya que al ser LLOA un lugar turístico por explorar y al estar situados a pocos minutos de la ciudad el acceso es muy fácil desde cualquier parte de la misma.

#### **2.1.12.5 Cuantificación de la Oferta.**

Consiste en realizar una cuantificación de la competencia tanto interna como externa y establecer el número de plazas que estos establecimientos ofertan al año, de este modo se determinará un porcentaje de los establecimientos que presentan un producto similar al que se oferta en el presente proyecto.

**Tabla 29. Cuantificación de la oferta directa.**

OFERTA ACTUAL DIRECTA	CAPACIDAD INSTALADA	# PLAZAS AL AÑO
Hostería La Antigua	25	9.000
Hacienda Las Palmas	20	7.200
	<b>TOTAL</b>	<b>16.200</b>

**Elaborado por:** Jenny Duque Medina

Para la proyección de la Oferta se ha considerado como variable la tasa de crecimiento de turismo interanual de Quito para el 2015 que es del 10%.

**Tabla 30. Proyección de la Oferta Directa**

<b>AÑO</b>	<b># PLAZAS AL AÑO</b>
2015	16.200
2016	17.820
2017	19.602
2018	21.562
2019	23.718
2020	26.090

Elaborado por: Jenny Duque Medina

**Tabla 31. Cuantificación de la oferta indirecta.**

<b>OFERTA ACTUAL INDIRECTA</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b># PLAZAS AL AÑO</b>
Centro san Patricio	180	64.800
Casa de Retiro Misioneros de María	150	54.000
Casa de Ejercicios Espirituales San Agustín	45	16.200
	<b>TOTAL</b>	<b>135.000</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

**Tabla 32. Proyección de la Oferta Indirecta**

<b>AÑO</b>	<b># PLAZAS AL AÑO</b>
2015	135.000
2016	148.500
2017	163.350
2018	179.685
2019	197.654
2020	217.419

Elaborado por: Jenny Duque Medina

De la oferta presentada se determinó que el 5% presenta un producto con similares características que al del proyecto en estudio, pero considerando únicamente el servicio de alojamiento, esto ya que la naturaleza del proyecto es totalmente diferente a la oferta actual.

### 2.1.13 Balance Oferta Demanda.

**Tabla 33. Balance Oferta Demanda**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>BALANCE</b>
2015	17.537	8.316	9.221
2016	19.291	9.148	10.143
2017	21.220	10.062	11.157
2018	23.342	11.069	12.273
2019	25.676	12.175	13.500
2020	28.244	13.393	14.851

Elaborado por: Jenny Duque Medina

Realizando el balance oferta demanda se determinó, que la demanda potencial del proyecto en relación a la capacidad instalada es del 37% anual, por lo tanto este será el mercado que se atacará inicialmente, ya que llegarán a ser los verdaderos clientes que poseerá el establecimiento, sin embargo para el cálculo de ventas se utilizara el porcentaje obtenido de la segmentación y la demanda real.

## **2.2 PLAN DE MERCADEO.**

### **2.2.1 Objetivos del Plan de Marketing**

- Perseguir el posicionamiento del Centro de Retiro Espiritual en la Parroquia de Lloa brindando a cada momento servicios de excelente calidad, personalizados e innovadores.
- Difundir varias actividades en conjunto con la comunidad de Lloa para reducir al máximo los posibles impactos que este proyecto genere tanto al recurso natural como al humano.
- Plantear interesantes estrategias promocionales para que el Centro de Retiro Espiritual sea reconocido no solo a nivel local sino también nacional.

### **2.2.2 Análisis FODA**

El análisis FODA es considerado como una estrategia para emprender un negocio o proyecto, este permite hacer una evaluación general de la situación presente de una estructura de negocios en cualquier ámbito que se, este diagnóstico permitirá tener un parámetro claro para la toma de decisiones que se darán a futuro en cuanto a objetivos o política del proyecto.

Este instrumento metódico permite trabajar toda la información de un negocio o proyecta basándose en sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

### **Fortalezas**

F1.La parroquia de Lloa cuenta con una gran biodiversidad y atributos paisajísticos fascinantes.

F2.Se encuentra a pocos minutos de la ciudad.

F3.Las vías de acceso de la ciudad de Quito a Lloa están en muy buenas condiciones.

F4.Este nuevo proyecto generara fuentes de empleo para la comunidad.

F5.Propuesta innovadora

F6.Existe tendencia para desarrollar de manera más interesante el turismo en la zona.

F7.Personal Capacitado para la dirección del proyecto

### **Debilidades**

D1.No existe una adecuada difusión de la población de Lloa como producto turístico.

D2.No existe información sobre la afluencia turística histórica Lloa.

D3.La industria turística de Lloa es insuficiente para el desarrollo turístico en la parroquia.

D4.Población de la parroquia de nivel económico bajo, por tal motivo no poseen una buena educación.

D5.Al ser una empresa nueva la captación de cliente será lenta.

D6.Sistema de transporte público Insuficiente.

D7.No existen servicios de salud capacitados.

D8.Cabinas telefónicas e Internet deficiente en la población.

D9.Únicamente tres de los atractivos turísticos constan en el MINTUR y además están desactualizados. Y solo un establecimiento Turístico está registrado en QUITO TURISMO.

### **Oportunidades**

O1.Mercado poco atendido en cuanto a turismo espiritual

O2.Competencia aparentemente débil

O3.Se cuenta con una cultura que se interesa por propuestas innovaras.

O4.Las personas gustan de realizar viajes de distracción y relajamiento.

O5.Este tipo de propuesta presenta una débil competencia en la zona de estudio.

O6.El Gobierno Nacional y Corporación Metropolitana de Turismo está impulsando varias campañas y acciones para mejorar el producto turístico de las parroquias rurales de Quito.

O7.La Asociación de Juntas Parroquiales de Quito está impulsando el sitio [www.joyasdequito.com](http://www.joyasdequito.com), por medio del cual se promocionan las parroquias rurales de Quito.

### **Amenazas**

A1.Lloa no posee permisos de suelo ya que al estar cerca de las laderas del guagua Pichicha que la quiere declarar como reserva protegida.

A2.Las piscícolas no poseen estudio del impacto ambiental y el daño que causan en las vertientes de agua.

A3.La falta de atención por parte del Gobierno a la parroquia de Lloa en específico para fomentar e impulsar de manera efectiva el turismo en la zona.

A4.La reactivación de la actividad del volcán Guagua Pichicha se podría dar de un momento a otro.

A5.Falta de proveedores en la zona para abastecer las necesidades del Centro de retiro espiritual.

**Tabla 34. Matriz FODA de análisis Estratégico**

<b>INTERNO FORTALEZAS</b>	<b>VALORACIÓN</b>	<b>EXTERNO OPORTUNIDADES</b>	<b>VALORACIÓN</b>
F1.La parroquia de Lloa cuenta con una gran biodiversidad y atributos paisajísticos fascinantes.	1	O1.Mercado poco atendido en cuanto a turismo espiritual.	1
F2.Se encuentra a pocos minutos de la ciudad.	1	O2.Competencia aparentemente débil.	5
F3.Las vías de acceso de la ciudad de Quito a Lloa están en muy buenas condiciones.	1	O3.Se cuenta con una cultura que se interesa por propuestas innovaras.	5
F4.Este nuevo proyecto generara fuentes de empleo para la comunidad.	1	O4.Las personas gustan de realizar viajes de distracción y relajamiento.	1
F5.Propuesta innovadora	1	O5.Este tipo de propuesta presenta una débil competencia en la zona de estudio.	1
F6.Existe tendencia para desarrollar de manera más interesante el turismo en la zona.	1	O6.El Gobierno Nacional y Corporación Metropolitana de Turismo está impulsando varias campañas y acciones para mejorar el producto turístico de las parroquias rurales de Quito.	5
F7.Personal Capacitado para la dirección del proyecto	1	O7.La Asociación de Juntas Parroquiales de Quito está impulsando el sitio <a href="http://www.joyasdequito.com">www.joyasdequito.com</a> , por medio del cual se promocionan las parroquias rurales de Quito.	1
<b>SUMA</b>	<b>7</b>	<b>SUMA</b>	<b>19</b>
<b>DEBILIDADES</b>		<b>AMENAZAS</b>	



D1.No existe una adecuada difusión de la población de Lloa como producto turístico.	10	A1.Lloa no posee permisos de suelo ya que al estar cerca de las laderas del guagua Pichicha que la quiere declarar como reserva protegida.	10
D2.No existe información sobre la afluencia turística histórica Lloa.	5	A2.Las piscícolas no poseen estudio del impacto ambiental y el daño que causan en las vertientes de agua.	5
D3.La industria turística de Lloa es insuficiente para el desarrollo turístico en la parroquia.	10	A3.La falta de atención por parte del Gobierno a la parroquia de Lloa en específico para fomentar e impulsar de manera efectiva el turismo en la zona.	10
D4.Población de la parroquia de nivel económico bajo, por tal motivo no poseen una buena educación.	5	A4.La reactivación de la actividad del volcán Guagua Pichicha se podría dar de un momento a otro.	10
D5.Al ser una empresa nueva la captación de cliente será lenta.	5	A5.Falta de proveedores en la zona para abastecer las necesidades del Centro de retiro espiritual.	5
D6.Sistema de transporte público Insuficiente.	5		
D7.No existen servicios de salud capacitados.	10		
D8.Cabinas telefónicas e Internet deficiente en la población.	5		
D9.Únicamente tres de los atractivos turísticos constan en el MINTUR y además están desactualizados. Y solo un establecimiento Turístico está registrado en QUITO TURISMO.	5		
<b>SUMA</b>	<b>60</b>	<b>SUMA</b>	<b>40</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jenny Duque Medina

**10 = Alto impacto    5 = Mediano impacto**

**1= Bajo impacto**

Tabla 35. Correlación Matriz FODA

<b>ESTRATEGIAS</b>			
<b>FO (Maxi – Maxi)</b> Utilizar las fortalezas para aprovechar las oportunidades.	<b>DO (Mini – Maxi)</b> Utilizar las fuerzas para evitar las amenazas.	<b>FA (Maxi – Mini)</b> Superar las debilidades, aprovechando las oportunidades.	<b>DA (Mini – Mini)</b> Reducir las debilidades y evitar las amenazas.
<p>Con una propuesta de servicio hotelero innovador, un personal altamente capacitado y los encantos naturales de la población de Lloa, se podrá realizar alianzas estratégicas con varias agencias de viaje para promocionar el Centro de Retiro Espiritual.</p> <p>Las campañas que está impulsando el gobierno para promover el turismo dentro del país, y el interés de las personas por experimentar nuevas maneras de hacer turismo se promoverá alianza con la cámara de turismo y organismos afines para dar a conocer la propuesta.</p> <p>Con la presencia de un proyecto de alta envergadura, se generará empleo en la población de Lloa, ayudando a la calidad de vida de los habitantes.</p>	<p>Mediante el incremento de la demanda de clientes se dará a conocer Lloa y por tal motivo el Centro de Retiro.</p> <p>Al realizarse campañas promovidas por el gobierno la zona de Lloa será más visitada y por tal motivo estarán más visibles las deficiencias con las que cuenta para ser solventadas.</p>	<p>Al estar Lloa situada a pocos minutos del sur de Quito, existe la posibilidad de contactar proveedores del este sector para optimizar tiempo.</p> <p>Las vías de acceso a la población Lloa son una ventada abierta para los turistas y la llave de acceso para conocer todos los encantos que brinda el lugar.</p>	<p>Apoyarse en los nuevos proyectos del gobierno para la promoción turística de la población de Lloa.</p> <p>Organizar campañas con la junta parroquial de Lloa, para exigir, la atención en ciertos puntos deficientes de la población de Lloa con el fin de potenciarla como un sitio turístico que pueda ser visitado y disfrutado por propios y extraños.</p>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jenny Duque Medina

### **2.2.3 Estrategias del mix de Marketing**

Las estrategias de Marketing se basan en cuatro pilares fundamentales conocidos como: la 4ps: Producto, Precio, Plaza y Promoción; dichos elementos buscan expresamente la satisfacción total del cliente manteniendo coherencia y relación entre sí para lograr el cumplimiento de los objetivos planteados a corto o largo plazo por la organización.

#### **2.2.3.1 Estrategias del Producto o Servicio**

Ahora que se ha determinado el producto y se sabe a qué mercado está encaminado el proyecto, es preciso detallar las estrategias que se utilizarán para este tipo de mercado y de qué modo se llegara a este de manera efectiva, por lo tanto se puntualizará con la mayor precisión posible la particularidad de posicionamiento que desea tener el servicio a ofertar y los objetivos que se procura alcanzar. Se detalla a continuación las estrategias de Producto:

- Impulsar un componente innovador del producto turístico que se va a ofrecer al cliente, a través de terapias milenarias hindús proporcionando una experiencia totalmente maravillosa y mágica que cambiara totalmente la perspectiva de la vida, mediante el descubrimiento a través de la unión del cuerpo, mente y alma.
- Ofertar una atención personalizada y de alto nivel donde el huésped se sienta un individuo único e irrepetible. Como también lo serán los paquetes, programas y experiencias que brindara “AFTAN AMEYA” SPA RESORT requerimientos y necesidades individuales deberá ser evaluadas en una consulta personal con profesionales y consultores de bienestar al inicio del programa escogido este será un momento intimo que ayudar al individuo en su viaje exclusivo al conocimiento de uno mismo.
- Analizar el posicionamiento del producto hotelero “AFTAN AMEYA” SPA RESORT valiéndose de un factor de vital importancia que radica en que, en la actualidad no

existen lugares de hospedaje de esta categoría en específico, lo que ayudaría para facilitar el posicionamiento de la objeto de estudio en el mercado por ser pionera en este tipo de establecimientos de alojamiento.

- Fomentar el conocimiento de técnicas milenarias y míticas en las personas para que así se extienda el interés por desarrollar más este tipo de actividades espirituales y de relajación.
- El personal será totalmente profesional y capacitado en todos y cada uno de los ámbitos del servicio a ofertar y así de este modo garantizar la atención personalizada y de alto nivel espiritual que se busca en el “AFTAN AMEYA” SPA RESORT
- Se propondrá la práctica de actividades poco conocidas en el país como: Yoga, Ayurveda, Reiki, Mantras, Meditaciones, Ejercicios de respiración, Armonización Cuencos tibetanos.
- Ofreceremos habitaciones con maravillosas vistas al Guagua Pichinchas y a los Fascinantes Paisajes que nos ofrece la Población de Lloa, inspirada en la decoración Zen con un toque de Feng – Shui para conseguir paz, armonización y tranquilidad desde la comodidad de las habitaciones.
- “AFTAN AMEYA” SPA RESORT contará con un exclusivo servicio de alimentación, cuidando cada de detalle para brindar a nuestros huéspedes una cocina de rejuvenecimiento obteniendo una fusión interesante entre la relajación del su cuerpo y espíritu a través de una dieta saludable y un estilo de vida menos toxica.
- Este establecimiento contará con un SPA como un servicio adicional para nuestros clientes esta experiencia del spa se esfuerza con el interés de lograr la armonía final entre la parte física y los reinos mentales cada persona.

### **Paquete Estándar Ayurveda:**

El paquete Estándar Ayurveda incluye:

- Alojamiento 4 noches, 5 días
- Consulta de diagnóstico ayurvédico.
- Consulta detallada sobre estilo de vida y sesión de asesoramiento, sugerencias durante la estancia y fuera de ella.
- Dieta de desintoxicación, por dos días
- Controles de progreso en el tiempo de la estadía.
- Aftan Ameya cocina crea su menú idóneo de acuerdo a la recomendación del maestro de ayurveda (desayuno, almuerzo, cena) por noche y por persona.
- Uso de las instalaciones, áreas de Meditación y Spa, Yoga, Cuencos Tibetanos, Reiki, etc. senderos, caminatas, conferencias, talleres.
- 3 masajes en el SPA
- Fruta fresca todas las mañanas
- Demostraciones de la preparación de alimentación nutritiva ( receta Ayurveda)
- Recuerdo de despedida

**Precio por persona, por 5 Días: 1500USD**

### **Paquete Aftan Ameya Romántico**

Este paquete especial para parejas incluye:

- Alojamiento 2 noches, 3 días
- Desayuno, Almuerzo y cena incluido servidos en el restaurante.
- Uso de Spa para disfrutar de un masaje en Pareja
- Traslado desde cualquier lugar de la ciudad a Aftan Ameya SPA RESORT.

- Actividades programadas en el Área de meditación, para reforzar el amor y convivencia en pareja.
- Cena de especial de despedida, con botella de vino, en un ambiente especial y privado, a la luz de las velas y menú personalizado.

**Precio por pareja, por 3 días: 850 USD**

### **2.2.3.2 Estrategias de Precio**

Para el presente proyecto es necesario establecer varias estrategias de precio que permita la penetración del Centro de Retiro Espiritual al mercado, estas estrategias estarán estrechamente ligadas al servicio de calidad que se brindara.

- Se realizara una lista de precios competitivos, colocando como referencia los precios que ofrece la competencia pero apegándonos al tipo de servicio diferenciado que ofertara la propuesta en estudio.
- Se aumentará los precios por encima de los de la nuestra competencia teniendo como el fin ofrecer un producto hotelero distinto y de mayor calidad.
- Se ofrecerá precios especiales para grupos.
- Se realizara Planes acumulativos de visitas con los cuales se obtendrán descuentos y promociones para futuras visitas.
- Se manejara precios especiales para personas de la tercera edad
- Se aceptara diferentes Formas de Pago

### **2.2.3.3 Estrategias de Plaza**

Este aspecto se representa las acciones necesarias para poner el servicio a disposición del mercado al que se dirige el presente proyecto, las estrategias de Mercado que se plantean son las siguientes:

- Ofrecer el servicio por medio canal de distribución directa con Grupos culturales, Escuelas de Yoga y afines.
- Ofrecer el servicio vía Internet, redes Sociales y envío de Correos.
- Se contará con un vehículo a disposición de los huéspedes para facilitar el transporte de los huéspedes si así lo amerita el caso.
- Se realizará la afiliación a la Cámara de Turismo para obtener reconocimiento como una empresa ecológica por el Ministerio de Turismo.
- Ubicar anuncios de nuestro servicio en Revistas de Turismo de Ecuador
- Se rotulará las vías de acceso en la entrada de la población de Lloa con pancartas de logo, nombre, guía de llegada al Centro de Retiro Espiritual para facilitar el acceso de los visitantes y dar a conocer el lugar a los turistas y visitantes de la zona.
- Creación de página Web con mapa de ubicación impreso.
- El establecimiento contará con personal apto y con un perfil de servicio necesario, capacitado en hotelería y turismo, Psicología Transpersonal, Expertos en técnicas de Mediación entre otros, los mismos que se encargaran de atender a cada persona brindándole una grata experiencia lo que garantizara que el huésped volverá, y nos recomendará con la técnica llamada marketing boca a boca permitiendo una articulación del trabajo realizado a sus necesidades y requerimientos para el huésped y para las personas recomendadas también.

#### **2.2.3.4 Estrategias de Promoción**

Es importante promocionar el producto o servicio que se va a oferta, de esta manera el mercado estará al tanto de su existencia y lo daremos a conocer para captar cliente así producir ventas y por ende utilidades para el negocio, hay que realizar la promoción entregando una información clara y a vez que cause persuasión al cliente.

Las estrategias de promoción a desarrollar son:

- Dar a conocer a las persona la existencia del Centro de Retiro Espiritual por medio de internet ya que en la actualidad es el medio más utilizado por miles de miles de personas diariamente con : Creación de una Página Web atractiva y dinámica, Creación de un Blog donde se mostrara información enfocada a nuestro mercado potencial, Participación activa en Redes Sociales en las que estén vinculado nuestro mercado meta ( Ver ANEXOS 12,13,14)
- Se realizará alianzas estratégicas con Cetros Culturales, Escuelas de yoga y establecimientos afines.
- Se impulsará promociones por internet, trípticos, flyers para las fechas de Feriados Nacionales de este modos se dará a conocer el Centro de Retiro y se impulsara la oportunidad de captar clientes.
- Se promocionará el establecimiento por medio de la creación de una base de Datos para enviar correos con información de los servicios y promociones de inauguración.
- Se creará una estrategia de promoción trimestral donde se realizara sorteos entre los clientes que más visiten el Centro de Retiro Espiritual y así afianzar la fidelidad de nuestros clientes.
- Entregar pequeños presentes o detalles a nuestros clientes continuos en las fechas de sus cumpleaños, impulsado así de una manera delicada el compromiso constante con nuestro establecimiento.
- Anunciar el servicio de nuestro establecimiento en revistas de turismo.
- Se organizara un evento de inauguración para dar a conocer nuestro establecimiento a nuestros clientes y posibles clientes.
- Se colocará láminas publicitarias con el logo y datos del establecimiento en los exteriores de los vehículos de nuestra Centro de Retiro Espiritual.



## 2.2.4 Presupuesto del Plan de Marketing

**Tabla 36 Presupuesto Plan de Marketing**

<b>Detalle</b>	<b>Valores usd</b>
<b>Creación Pagina WEB, un solo pago</b>	<b>800,00</b>
<b>Promoción dentro de FACE BOOK 10 USD diarios campaña mensual durante los seis primeros meses.</b>	<b>150,00</b>
<b>Envío de Mails Masivos 10000 envíos al mes</b>	<b>50,00</b>
<b>Elaboración de trípticos y flayers: 1000 40 x 7, tarjetas de presentación 1000</b>	<b>120,00 30,00</b>
<b>Anuncio mensual en revistas publireportaje una hoja</b>	<b>1200,00</b>
<b>Laminas publicitarias para dos Vehículos</b>	<b>350,00</b>
<b>Elaboración de Publicidad para señalización entrada de Lloa</b>	<b>200,00</b>
<b>Elaboración de detalles para fidelización Clientes</b>	<b>500,00</b>
<b>Evento de inauguración para 200 personas en las instalaciones de AFTAN AMEYA SPA RESORT incluye: decoración, anfitrión, bocaditos, bebidas suaves ilimitadas, carpas, vajilla, anfitriones y personal de servicio.</b>	<b>950,00</b>
<b>TOTAL COSTOS PUBLICIDAD</b>	<b>4350,00</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Jenny Duque Medina

## **2.3 ESTUDIO TÉCNICO.**

Los aspectos a tratarse en el estudio Técnico son los de mayor incidencia en el desarrollo del presente proyecto ya que en este punto se definirá, evaluará y plasmará todo lo relacionado a costos e inversiones de mismo. En tal virtud es indispensable la evaluación financiera y técnica que se llevara a cabo.

El principal punto de este estudio es definir precisar las características detalladas de la futura empresa y los servicios que ofrecerán.

### **2.3.1 Localización del Proyecto.**

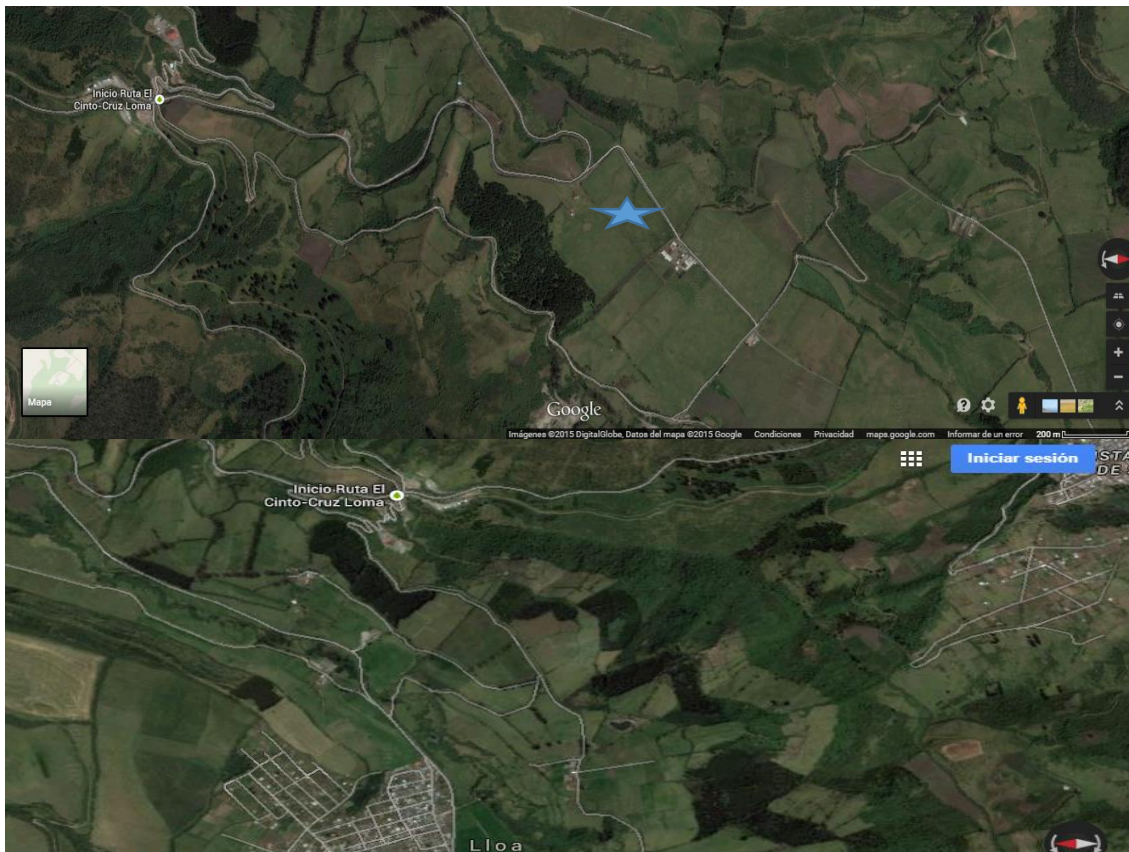
#### **2.3.1.1 Macro Localización.**

AFTAN AMEYA SPA RESORT, se encontrará ubicado en Pichincha, Cantón Quito, a los pies del majestuoso Volcán Guagua Pichincha y rodeado de una extensa y apasionante naturaleza que evoca paz quietud y tranquilidad.

#### **2.3.1.2 Micro localización.**

El Centro de Retiro Espiritual estará específicamente situado en la Parroquia de Lloa, la localización del proyecto es uno de los puntos más interesantes para el desarrollo del mismo.

### Ilustración 25. Micro Localización de AFTAN AMEYA SPA RESORT



**Fuente:** Google Mapas <https://www.google.com.ec/maps>

**Elaboración:** Jenny Duque Medina

#### 2.3.1.3 Factores para Localización

Para detallar los Factores de Localización del Centro de Retiro Espiritual se considerarán las siguientes pautas:

- **Atractivos Turísticos**

Al ser Lloa una pequeña población pero con mucha riqueza natural y amplia biodiversidad, y poseer innumerables atractivos turísticos detallados en el primer capítulo de esta propuesta, se convierte en el lugar ideal para desarrollar el Turismo espiritual ya que no un sitio explorado ni explorado a l máximo turísticamente hablando.

- **Tiempos y medios Transporte**

Para acceder a AFTAN AMEYA SPA RESORT, existen diferentes rutas dependiendo en que sector de la ciudad se encuentre, de cualquier sector hasta llegar al Sur de Quito toma

un tiempo de una hora a hora y media , desde este punto de partida la Población de Lloa se encuentra a 15 minutos más de trayecto. Existe facilidad de transporte desde cualquier punto de la ciudad al Sur de Quito (subida Mena 2) en este punto se encontrará vehículos que transportan a las personas a la población.

#### ▪ **Disponibilidad de la Mano de Obra**

La Población de Lloa se encuentra a escasos 15 minutos de la parte Sur de la Ciudad, donde se encuentra una gran parte comercial con un abanico de opciones las cuales nos serán de mucha ayuda para la construcción del Centro de Retiro Espiritual.

Una vez realizado todos los trámites pertinentes para la creación de dicho proyecto se pretende abastecer la mano de obra para la construcción tomando en cuenta en primera instancia a los pobladores de la zona, de este modo se estaría ofreciendo una fuente de trabajo y también daríamos a conocer a la gente del poblado que a futuro existirá un establecimiento nuevo.

### **2.3.2 Ingeniería del Proyecto.**

#### **2.3.2.1 Tamaño y Capacidad máxima instalada.**

El tamaño del proyecto se basa en la capacidad máxima que tendrá el establecimiento para acoger a los huéspedes, y ofrecer los servicios de alojamiento y alimentación, la capacidad se verá limitada a la inversión que se dispone para la construcción, la tecnología, localización, el mercado al que se enfocará.

Determinar el tamaño del Proyecto es trascendental ya que esto permitirá conocer la magnitud de la inversión requerida y los costos necesarios para el funcionamiento del negocio, de este modo se podrán determinar la ganancia que generará la propuesta de Creación del Centro de Retiro Espiritual en Lloa.

En proyectos Hoteleros se determina el tamaño del establecimiento por el total de personas que alcance alojar, y por el número de plazas en las que este dividido el establecimiento.

La capacidad que tendrá “AFTAN AMEYA” SPA RESORT es de 70 personas, lo cual significa que al año el establecimiento estima atender 25.200

Una vez analizado el estudio de mercado podemos determinar que el porcentaje de ocupación promedio anual es del 69,6%, atendiendo a 17.537 pax de acuerdo a la demanda real establecida en la cuantificación de la demanda y de acuerdo al análisis del balance de oferta y demanda los clientes representan el 37% de ocupación para el proyecto, para la proyección de ventas se utilizará como mercado meta el valor de demanda real, ya que los servicios ofertados por Aftan Ameya en la actualidad no se comparan con la oferta existente.

Por lo tanto “AFTAN AMEYA” SPA RESORT Centro de Retiro Espiritual dispondrá de una capacidad para 70 personas y dispondrá de 33 plazas distribuidas de la siguiente manera:

**Tabla 37. Plazas y Capacidad de “AFTAN AMEYA” SPA RESORT Centro de Retiro Espiritual**

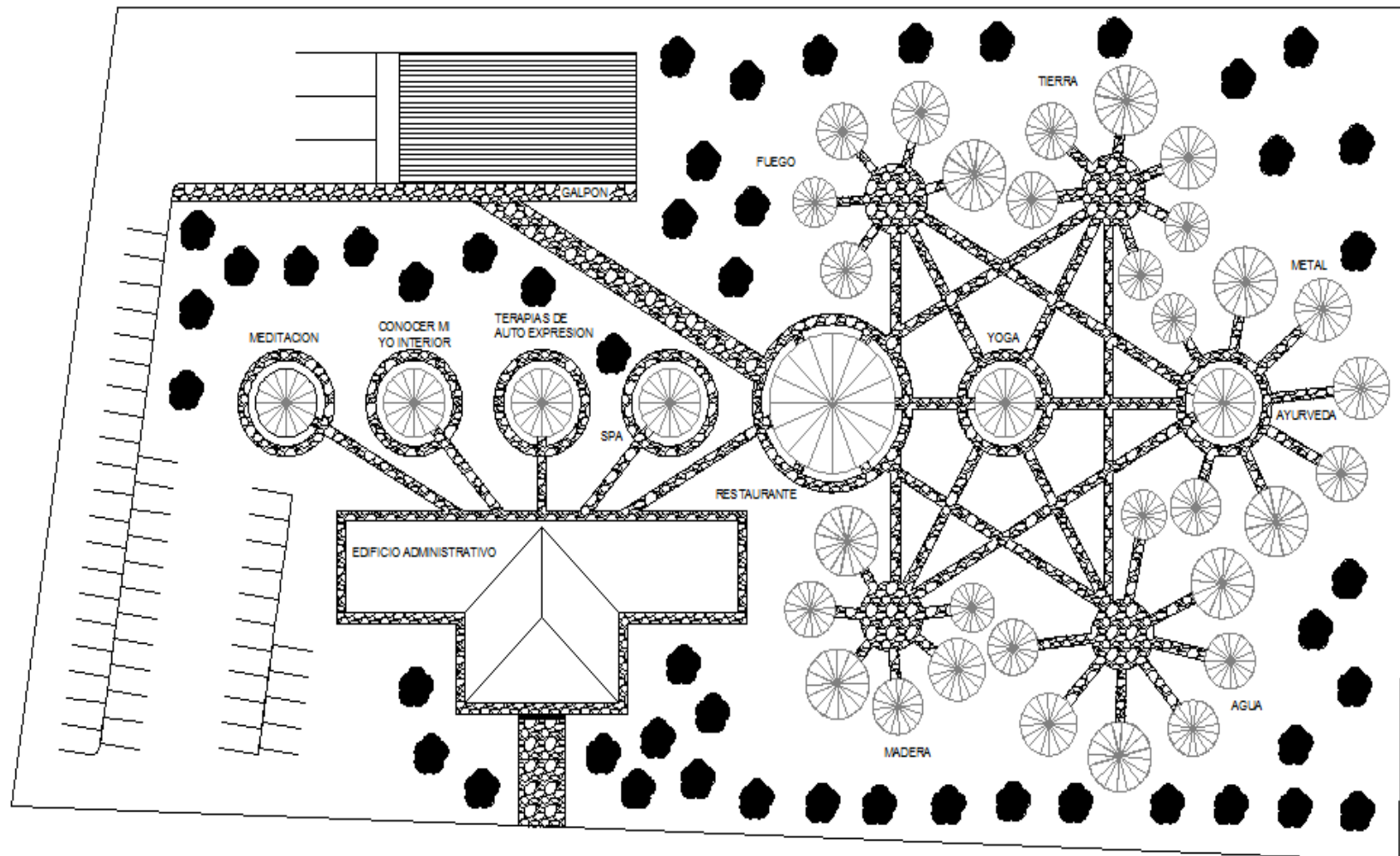
Tipo de habitación	Nº de Habitaciones	Nº de Personas	Nº de Camas
Cabañas Suites Dobles	6	12	6 camas King Size
Cabañas Simples	6	6	6 camas Twin
Cabañas Dobles	11	22	5 Matrimoniales y 12 Twins
Cabañas Triples	10	30	4 matrimoniales 26 Twins
	33	70	58

Elaborado por: Jenny Duque Medina

El diseño de “AFTAN AMEYA” SPA RESORT estará a cargo de VISARQ Diseño & Construcción.

Por disposición de Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, los planos deberán ser autorizados antes de realizarse la construcción.

Ilustración 26. Plano de la distribución de “AFTAN AMEYA” Centro de Retiro Espiritual



Diseño: Jenny Duque Medina

Elaborado por: Arq Santiago Borja VISARQ Construcciones



**Ilustración 27. Ubicación de del Plano en la Propiedad**



**Elaborado por:** Jenny Duque Medina

### 2.3.2.2 Diseño y distribución de las Áreas del Proyecto.

Tomando en cuenta la distribución arquitectónica del proyecto y el diseño poco común que tendrá se ha decidido, realizar una construcción que garantice condiciones de trabajo adecuado, y de la misma manera que cuenten con funcionalidad y estética para que provean de toda comodidad al huésped. Se propone la siguiente distribución de espacios que estén de acuerdo a cubrir las necesidades para las operaciones a realizarse en el centro de retiro espiritual, las mismas que cumplan con condiciones de salubridad, seguridad alimentaria y bienestar tanto para los visitantes como para los trabajadores.

**Tabla 38. Distribución de las instalaciones de “AFTAN AMEYA” SPA RESORT  
Centro de Retiro Espiritual**

Áreas de construcción	m2
Edificio Administrativo	719 m2
Cabañas	1177 m2
Galpón	490 m2
Áreas de Meditación	400m2
Total metraje para construcción de obra Civil	<b>2786 m2</b>
Extensión del Terreno	<b>12000m2</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

#### **Edificio Administrativo**

El edificio Administrativo comprenderá un área de 719 m2 en la cual se encontrara ubicada una de las partes más importante del Centro de Retiro Espiritual y se encuentra en la parte frontal de la construcción, desde este punto se distribuirá la afluencia hasta las demás áreas del establecimiento.

Esta área está conformada por:

Counter y Recepción.- en este lugar se dará la bienvenida a los huéspedes, se realizara la legalización de los mismos mediante check in, check out, front desk, se proporcionara toda la información pertinente a los servicios que brinda el Centro, también se tendrá una espacio



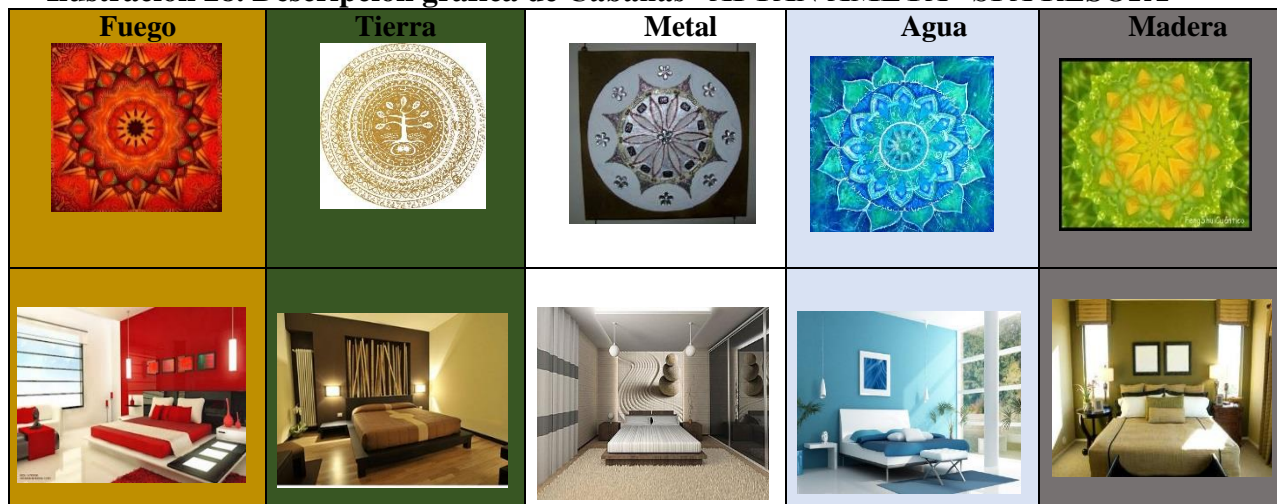
de reservas, Este lugar estará equipado con un lobby en la entrada decorada con una hermosa fuente de agua una sala de descanso para los huéspedes, una estación de bebidas calientes, Área wifi, un pequeño Centro de negocios proveído con 4 computadores.

Áreas Administrativas.- en esta área estarán Distribuidas todas las Oficinas Administrativas, en este lugar se encontrara la oficina de la Gerencia que es cabeza del establecimiento y su secretaria , Recursos Humanos que se encargara de las contrataciones y todo lo pertinente a los trabajadores del establecimiento, Oficina del Jefe Financiero el mismo que se encarga del parte financiera del establecimiento, Jefe de Ventas y Marketing área dedicada a promocionar el Centro para captar clientes y cumplir presupuestos, Jefe del Área de Meditación parte importante ya que es el área que estará en contacto con el huésped de manera permanente, así como también estarán ubicadas en este las oficinas de, Mantenimiento, Jefe Operativo etc, cuenta también con una pequeña sala de reuniones esta construcción está decorada en estilo Zen y Feng - Shui.

### **Área de Alojamiento Cabañas**

El presente proyecto pretende entregar a sus huéspedes y practicantes de la meditación 33 lujosa cabañas totalmente equipadas y decoradas, la decoración de las habitaciones está fundamentada en el Estudio de Mercado donde el 36% de personas eligen como opción la decoración Zen y el 29% la decoración Feng- Shui, tomando en cuenta estos parámetros se ha dispuesto que la decoración y esquema de distribución de las cabañas se regirá mediante la decoración Feng Shui, mientras que la decoración interna de las cabañas se lo realizará con la decoración Zen. Cada área de las cabañas estará equipada con una estación de linos las mismas que servirán para reposición de mini bar, almacenar productos de limpieza, coche de camareras, depositar la lencería sucia etc.

Cada área de las cabañas estará representada con un elemento y su identificación serán los gráficos indicados en la siguiente tabla, conjuntamente con las posibles decoraciones.

**Ilustración 28. Descripción grafica de Cabañas “AFTAN AMEYA” SPA RESORT**

**Elaborado por:** Jenny Duque Medina

**Fuente:** Imágenes de la Web

### Área de SPA y Meditación

El Área de SPA y meditación de “AFTAN AMEYA” SPA RESORT será un lugar que emane Paz, equilibrio y tranquilidad a cada paso sus espacios serán totalmente equipados y diferentes decoraciones para los fines que ofrece el centro, también contará con espacios al aire libre, en cada área de meditación se realizara actividades diferentes, las mismas que tiene un fin específico en cada individuo, el detalle de cada actividad se explica en la Tabla # 4, el visitante tendrá la oportunidad de disfrutar a su llegada de cada uno de los espacios en un momento de inducción para aquellas personas que no estén involucradas con el tema espiritual y así darles la oportunidad de disfrutar del beneficio que brinda este Centro desde el primer instante que disfrute de nuestras instalaciones.

La limpieza del lugar será minuciosa por el tipo de servicio y actividades que se realizaran en cada área por tal motivo se realizara recomendaciones a los huéspedes sobres el uso de los insumos y equipamiento de cada espacio.

Al ser este servicio el atractivo del Centro de Retiro Espiritual, todos los trabajadores estarán absolutamente capacitados para brindar un servicio de primera.

### **Avani Restaurante**

El restaurante será un lugar acogedor, con decoración exclusiva donde los huéspedes tengan la oportunidad de degustar nuestros platos y puedan servirse sus alimentos en un ambiente tranquilo, acompañados de música clásica, El chef del Restaurante estará gustoso en atender las necesidades del huésped en cuanto a dietas Ayurvedicas, o saludables, este espacio ofrece una cocina de rejuvenecimiento apegada a estándares de salud y nutrición, nuestra carta ofrecerá: comida vegetariana, dietas Ayurvedicas, Comida Ecuatoriana poniendo mucho énfasis en el balance nutricional de cada plato ( cantidad justa y necesaria). Este espacio contara con capacidad para 77 personas, contara con 15 mesas de 4 puestos y 6 de dos puestos. A continuación se detalla el menú que se ofertará en el restaurante.

## Ilustración 29. Menú Avani Restaurante

Avani Restaurante MENU		1
<i>Desayunos Vegetarianos</i>		
WAFFELS VEGANOS, acompañados con miel de maple, mantequilla vegana, almendras y fresas, jugo de fruta.		\$8,50
AVANI SANDWICH, en pan integral, mantequilla vegana, lechuga, Tomate, pepinillo, aceituna negra, alcaparras y champiñones, batido en leche de soya con fruta.		\$7,00
ENSALADA DE FRUTAS, un delicioso picado de frutas con yogurt, chocolate, mil de maple y granola, tostadas integrales, jugo de naranja.		\$7,50
<i>Desayunos de la Casa</i>		
CONTINETAL, jugo de frutas, tostadas o canasta de frutas, mermelada, mantequilla, café de su elección, infusión o leche.		\$ 5,50
AMERICANO, huevos revueltos u omelette acompañado con queso, jamón y champiñones, tostadas o canasta de frutas, mermelada, mantequilla, café de su elección, infusión o leche.		\$ 6,00
TRADICIONAL, patacones con queso, café de su elección, infusión, jugo de frutas.		\$ 4,50

Avani Restaurante MENU		2
<i>Entradas Vegetarianas</i>		
CREMA BLANCA DE COLIFLOR Y PUERRO, acompañada por tostadas integrales		\$ 6,80
NATURALEZA SABIA, Lechuga, Tomate, Zanahoria y Pepino, acompañado de su elección: aceite de oliva y vinagre balsámico aguacate.		\$ 5,70
ANTOJITO VEGETARIANO, Aceitunas Negras, Champiñones, Zucchini, Berenjena, Zanahoria y Chile Dulce; a la parrilla y salteado con aceite de oliva, vinagre balsámico, aceitunas negras y alcaparras		\$ 8,00
CARPACCIO DE ZUCCHINI: Delgadas Rodajitas de Zucchini y julianas de cebolla, marinadas en Limón, Aceite de Oliva y pimienta negra. Acompañados de riquísimas alcaparras y queso parmesano		\$ 8,50
PORTO-CARPACCIO, Pequeños slices Portabella a la parrilla, acompañadas de gajitos de naranja, julianas de cebolla morada y marinadas en Limón, Aceite de Oliva con pimienta negra; pero además: alcaparras, aceituna negra y queso parmesano.		\$ 8,50
Nuestros precios incluyen IVA y 10% de Servicio		

Avani Restaurante MENU		3
<i>Entradas de la Casa</i>		
CREMA DE TOMATE, acompañado de mini tostadas y trocitos de pechuga de pollo.		\$ 7,90
LOCRO DE PAPA, acompañado de aguacate y queso.		\$ 6,50
CEVICHE DE PESCADO, acompañado de chifles, canguil y tostado.		\$ 9,00
EMPANADITAS, variedad de empanadas, morocho, verde, harina con ají de chochos.		\$ 8,60
<i>Platos Fuertes Vegetarianos</i>		
VERDURAS AL CURRY, tofu y leche de coco con arroz.		\$ 10,00
ALBONDIGAS VEGANAS, salsa de puerro, y acompañamiento de cus cus.		\$ 14,90
WRAP, Este es famoso, una tortilla gigante (de Harina integral), rellena de Lechuga, Humus, Zanahoria, Remolacha, Hongos, Pepino, Aguacate, nuestros aderezos y unas deliciosas fajitas crujientes de Garbanzo o Soya. Acompañado además de Piquitos y Pico de Gallo.		\$ 16,90

Avani Restaurante MENU		4
CASADO O PORTO: Arroz blanco, Frijoles Rojos, Ensalada Verde, Platanitos Maduros, Aguacate y un riquísimo Hongo Portabella.		\$ 15,00
LASAÑA VEGETARIANA, en dos suculentas salsas (blanca y pomodoro de la casa), con una capa de verduras (Zanahoria, Zucchini y Berenjena), con otra de carne de soya, y además, una superior de sazónada espinaca gratinada con seis quesos y acompañada con ensalada capresse (de mozzarella fresca, tomate, albahaca y aceite de oliva con o sin pimienta.		\$ 18,50
<i>Plato Fuerte Tradicional</i>		
LOMO FINO A LAS TRES PIMIENTAS, acompañado de papas al perejil y verduras		\$ 19,00
SALMON EN SALSA DE MARISCOS, acompañado de arroz blanco y verduras frías.		\$ 23,00
LA FRITADA DE CERDO, deliciosos trozos de carne seleccionada de cerdo, llapingachos, choclo, mote, tostado, ensalada fría y maqueño frito.		\$ 15,90
Nuestros precios incluyen IVA y 10% de Servicio		

Avani Restaurante MENU		5
<i>POLLO EN SALSA DE CHAMPIÑONES, acompañado con papas fritas y ensalada verde.</i>		\$ 15,50
<i>Golosina Vegetariana</i>		
<i>HAMBURGUESA AVANI, carne de soya, en un pan casero, libre de gluten, con lechuga, tomate y nuestras cuatro salsas. Además, acompañada de una orden de Papas o su vez ensalada verde.</i>		\$ 14,50
<i>PORTO BURGUER, Un gigante hongo Portobello, arreglado con, lechuga, tomate, pepinillos, cebolla morada, en un pan casero, con cuatro salsas y acompañada de papas o ensalada.</i>		\$ 13,00
<i>LA MEGA-BURGUESA DE LA CASA, una capa de guacamole y Humus de la casa, acompañada de aritos de cebolla morada, carne de soya, frijol tierno, chips de zanahoria, champiñones, otra carne de soya, más unas papitas y queso mozzarella.</i>		\$ 18,00
<i>Postres</i>		
<i>CUPCAKE VEGANO, de Chocolate o Vainilla, con crema Chantilly y Almendras.</i>		\$ 5,70

Avani Restaurante MENU		6
<i>PIE, con chocolate y helados.</i>		\$ 5,90
<i>COPA DE HELADOS, con Frutas</i>		\$ 5,00
<i>CREPA, rellena de frutas y helados.</i>		\$ 6,70
<i>PUDIN, de mango y fruta de la pasión, chocolate y vainilla</i>		\$ 6,00
<i>Postres Tradicionales</i>		
<i>FRUTILLAS CON CREMA</i>		\$ 5,30
<i>HIGOS CON QUESO</i>		\$ 4,00
<i>TORTA OPERA</i>		\$ 5,70
<i>Tardes de Tertulia Tradicional o Vegetariana</i>		
<i>Café Negro (Orgánico).</i>		\$ 2,50
<i>Café con Leche (Soya o Regular).</i>		\$ 3,00
<i>Café Chantilly (café americano con crema Chantilly y canela).</i>		\$ 3,50
<i>Capuccino</i>		\$ 3,70
<i>Coffe Milk Shake (Café, Helado y la Leche de elección).</i>		\$ 6,00

Nuestros precios incluyen IVA y 10% de Servicio

Avani Restaurante MENU		7
<i>Frozen-Capuccino (Café Orgánico Frozen, con Sirope de Chocolate y crema Chantilly).</i>		\$ 6,50
<i>Expresso</i>		\$ 3,00
<i>Té: (rojo, blanco, negro, jazmín, frutas... y más).</i>		\$ 2,50
<i>Jugos naturales</i>		\$ 2,00
<i>Aguas</i>		\$ 1,50



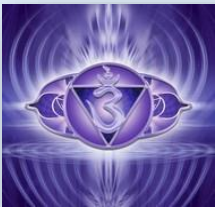





Nuestros precios incluyen IVA y 10% de Servicio



**Avani Restaurante**  
Aftan Ameya Spa Resort



**Ilustración 30. Descripción gráfica de Áreas de SPA y Meditación “AFTAN AMEYA” SPA RESORT**

Áreas de Meditación	Equipamiento
 <p data-bbox="389 696 547 734"><b><u>Meditación</u></b></p>	
 <p data-bbox="357 1088 675 1126"><b><u>Conocer mi yo interior</u></b></p>	
 <p data-bbox="330 1473 703 1512"><b><u>Terapias de Autoexpresión</u></b></p>	
 <p data-bbox="419 1879 614 1917"><b><u>SPA Masajes</u></b></p>	

 <p style="text-align: center;"><b><u>Avani Restaurante</u></b></p>	
 <p style="text-align: center;"><b><u>Yoga</u></b></p>	
 <p style="text-align: center;"><b><u>Ayurveda</u></b></p>	

**Elaborado por:** Jenny Duque Medina

**Fuente:** Imágenes de la Web

### **Área de parqueadero**

El Centro de Retiro tendrá áreas de parqueadero para huéspedes con 45 puestos y para proveedores con 12 puestos.

### **Galpón**

Este espacio estará distribuido en tres áreas de la siguiente manera: Área 1.- Estará dispuesto para carga y descarga, recepción de proveedores, Bodegas de alimentos, Cuartos fríos, lavandería, bodega de lencería de habitaciones, Bodega de implementos de SPA.

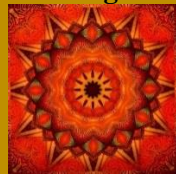




Área 2.- Contará con la entrada de personal, y control de personal, cancelas de empleados, lockers, baños, duchas, vestidores, comedor área de descanso y cocina para la preparación de alimentos de los mismos .

Área 3.- En la parte trasera del Galpón estará ubicada el Área de Maquinas, Área de reciclaje, y la huerta.

### 2.3.2.3 Especificaciones del servicio a prestarse.

Se ha determinado que “AFTAN AMEYA” SPA RESORT ofrecerá el servicio de alojamiento para para 70 personas, el Centro de Retiro estará distribuido en 5 ambientes de Cabañas temáticas enfocadas a la decoración Zen con un toque de Feng Shui, Cada área de las cabañas poseerá nombre de cada elemento del Feng Shui (Fuego, Tierra, Metal, Agua, Madera)

**Tabla 39. Detalle de la distribución del Área de Alojamiento**

<b>Fuego</b> 	<b>Tierra</b> 	<b>Metal</b> 	<b>Agua</b> 	<b>Madera</b> 
<b>1 Cabaña suite doble</b>	<b>1 Cabaña suite doble</b>	<b>2 Cabaña suite doble</b>	<b>1 Cabaña suite doble</b>	<b>1 Cabaña suite doble</b>
<b>1 Cabaña simple</b>	<b>2 Cabaña simple</b>	<b>1 Cabaña simple</b>	<b>1 Cabaña simple</b>	<b>1 Cabaña simple</b>
<b>2 Cabañas dobles</b>	<b>2 Cabañas dobles</b>	<b>2 Cabañas dobles</b>	<b>3 Cabañas dobles</b>	<b>2 Cabañas dobles</b>
<b>2 Cabañas triples</b>	<b>2 Cabañas triples</b>	<b>2 Cabañas triples</b>	<b>2 Cabañas triples</b>	<b>2 Cabañas triples</b>
<b>6 Cabañas</b>	<b>7 Cabañas</b>	<b>7 Cabañas</b>	<b>7 Cabañas</b>	<b>6 Cabañas</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina




Las habitaciones de “AFTAN AMEYA” SPA RESORT” con los servicios de: Calefacción, Wifi a Internet (gratuito), Reproductor con DVD (música relajante), Instalaciones para servirse aromáticas, te, café, teléfono, secador de cabello, amenities, recolección de prendas de lavado, senderos de caminata, hermosos paisajes, parqueadero.



“AFTAN AMEYA” SPA RESORT” contará con diferentes actividades de meditación y relajación las cuales se desarrollarán en un ambiente adecuado para la comodidad del huésped esta área estará dividida en 6 ambientes que brindará al visitante una gama de posibilidades para encontrarse consigo mismo, despojándose de toda emoción tóxica para el desarrollo de su estadía en el Centro de Retiro Espiritual y fuera de él.

**Tabla 40. Detalle de la distribución del Área de Meditación, SPA y Restaurante**

Áreas	Actividades	Que desarrolla en cada individuo	Capacidad
 <b>Meditación</b>	<b>Meditación Mantras Ángeles Reiki Ejercicios de Respiración</b>	<b>Trascendencia, Conexión con la Divinidad</b>	<b>12 personas</b>
 <b>Conocer mi Yo Interior</b>	<b>Danza Yoga Técnicas de Autoconocimiento Relajación</b>	<b>Intuición</b>	<b>12 personas</b>
 <b>Terapias de Autoexpresión</b>	<b>Terapias de Gritos Rituales Cuencos Tibetanos</b>	<b>Habla, Autoexpresión</b>	<b>12 personas</b>
 <b>SPA</b>	<b>Masajes (Recibo tanto como estoy dispuesto a dar)</b>	<b>Devoción, Amor, Compasión, Sanación</b>	<b>12 personas</b>

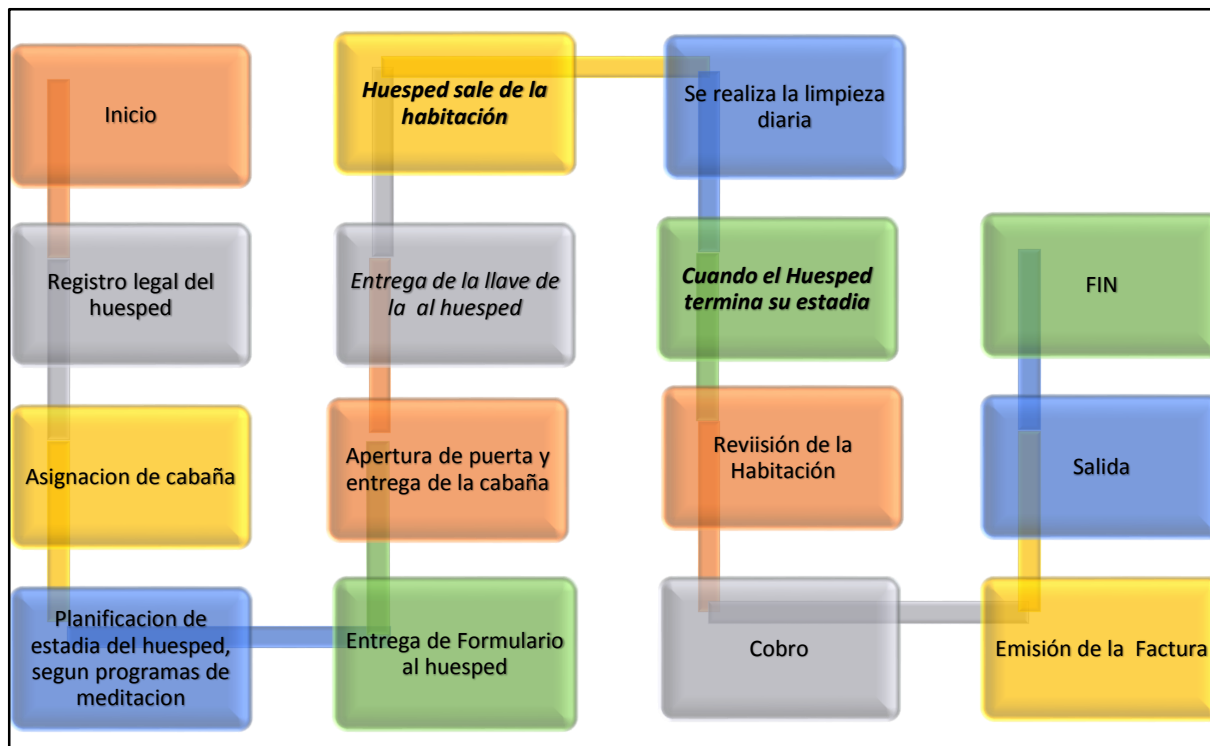
	<p><b>Sana Alimentación</b>  <b>Basado en las dietas</b>  <b>Y menús emitidas</b>  <b>por el Maestro de</b>  <b>AYURVEDA</b>  <b>Realizara platillos de</b>  <b>cocina Ecuatoriana</b>  <b>pero con el debido</b>  <b>equilibrio</b>  <b>nutricional.</b>  <b>Comida Vegetariana</b>  <b>Bebidas y cocteles</b></p>	<p><b>Mente, Poder,</b>  <b>Libertar Propia,</b>  <b>Libertad</b></p>	<p><b>Capacidad para 70</b>  <b>personas.</b>  <b>Se considera un 10%</b>  <b>más de la capacidad</b>  <b>instalada por razones</b>  <b>de ampliaciones</b>  <b>futuras y recepción</b>  <b>de clientes externos</b>  <b>que deseen visitar el</b>  <b>restaurante</b></p>
	<p><b>Yoga</b>  <b>Cuencos Tibetanos</b></p>	<p><b>Emoción,</b>  <b>Creatividad,</b></p>	<p><b>12 personas</b></p>
	<p><b>Sistema de</b>  <b>tradicional medicina</b>  <b>india</b>  <b>Busca el balance de</b>  <b>vida por medio</b>  <b>dietas, estilos de</b>  <b>vida, pensamientos</b>  <b>adecuados</b></p> <p><b>Necesita técnicas de</b>  <b>relajación antes</b>  <b>descritas como</b>  <b>complemento</b>  <b>Diagnostico</b>  <b>personalizado ya que</b>  <b>cada individuo es</b>  <b>diferente y por ende</b>  <b>cada cuerpo también</b>  <b>lo es.</b>  <b>Proporciona</b>  <b>equilibrio energético,</b>  <b>conserva la salud,</b>  <b>modifica hábitos</b>  <b>alimenticios.</b>  <b>Dirige los aspectos</b>  <b>de la vida cuerpo,</b>  <b>mente, Emociones, y</b>  <b>espíritu.</b></p>	<p><b>Instinto,</b>  <b>Supervivencia,</b>  <b>Seguridad</b></p>	<p><b>Para participar del</b>  <b>programa la</b>  <b>capacidad es 70</b>  <b>personas. Ya que este</b>  <b>programa se puede</b>  <b>realizar</b>  <b>simultáneamente con</b>  <b>las demás</b>  <b>actividades; sin</b>  <b>embargo la</b>  <b>capacidad del Área</b>  <b>para masajes</b>  <b>Ayurveda será para</b>  <b>12 personas</b></p>

Elaborado: Jenny Duque Medina

### 2.3.2.4 Descripción del Proceso de Presentación del Servicio

#### 2.3.2.4.1 Flujoograma del proceso de ingreso de los huéspedes

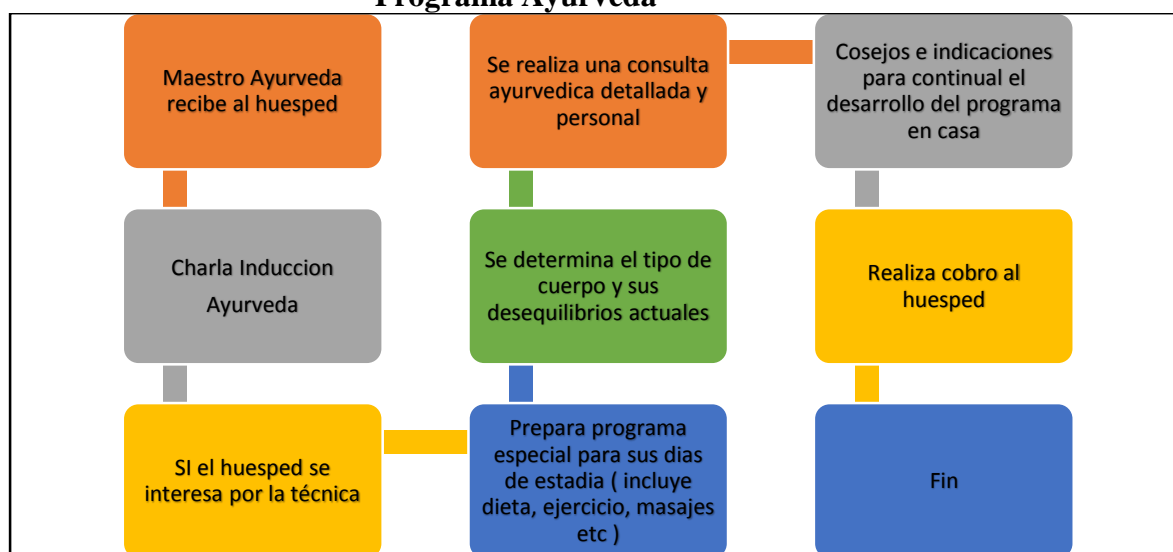
**Ilustración 31. Proceso de Ingreso de los Huéspedes de “AFTAN AMEYA” SPA**



Elaborado por Jenny Duque Medina

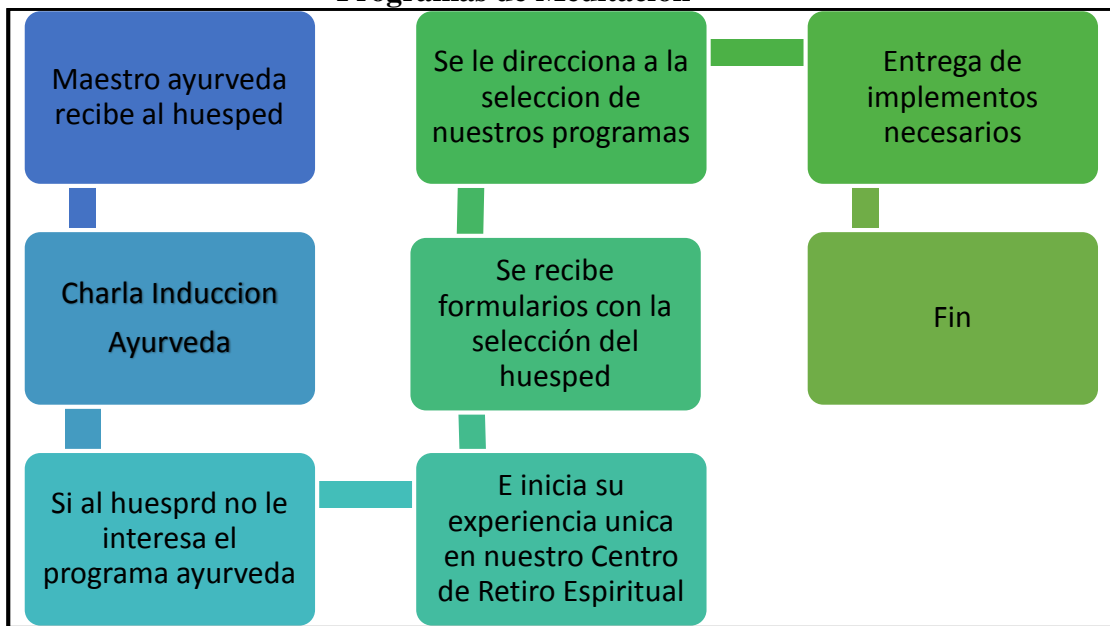
#### 2.3.2.4.2 Proceso de ingreso al Spa, Ayurveda y Áreas de Meditación

**Ilustración 32. Proceso de Ingreso de los Huéspedes de “AFTAN AMEYA” a los Programa Ayurveda**



Elaborado por Jenny Duque Medina

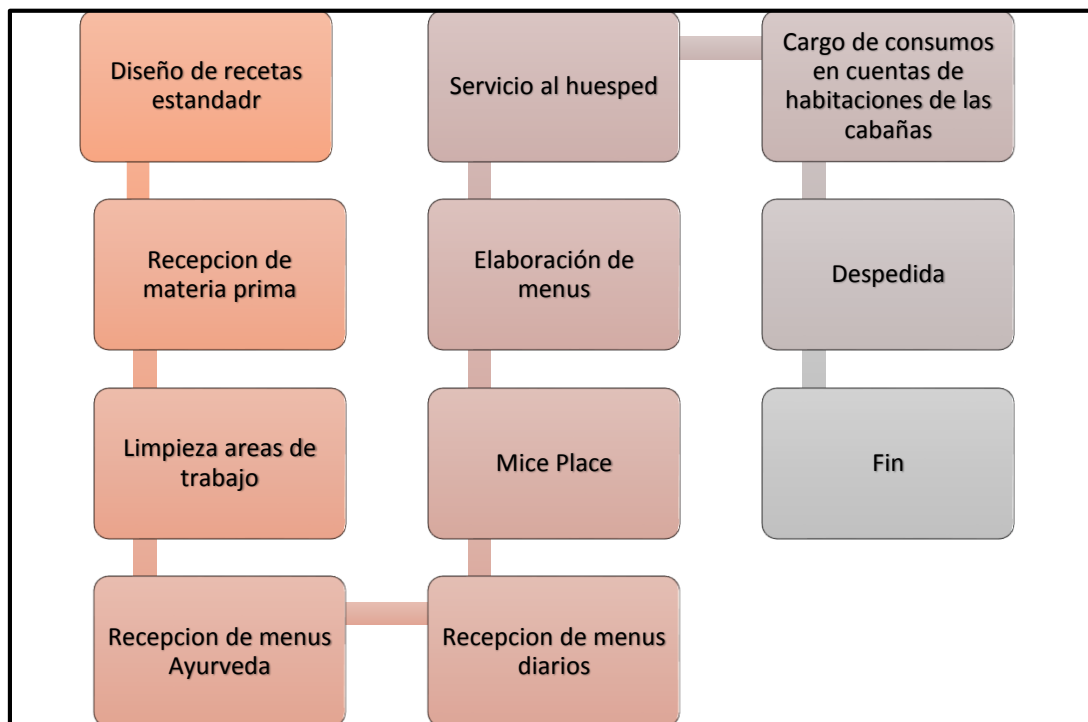
**Ilustración 33. Proceso de Ingreso de los Huéspedes de “AFTAN AMEYA” a los Programas de Meditación**



Elaborado por: Jenny Duque Medina

**2.3.2.4.3 Flujograma del proceso de ingreso al del Restaurante**

**Ilustración 34. Proceso de restaurante “AFTAN AMEYA” a los Programas de Meditación**



Elaborado por. Jenny Duque Medina

### 2.3.2.5 Requerimiento de Infraestructura

Dentro de la infraestructura que se requiere para el desarrollo del presente proyecto está contemplado el terreno que es propiedad del socio mayoritario, por lo tanto se debe considerar el precio de la propiedad donde se construiría el establecimiento, en este caso se estimará el precio del terreno al valor de 40 USD el m<sup>2</sup>, de acuerdo a valores establecidos en el sector de Lloa, se ha decidido incursionar en el siguiente proyecto, pidiendo un préstamo a la CFN, ya que hoy por hoy el gobierno está impulsado y apoyando el desarrollo de proyectos innovadores.

Para la realización del presente proyecto se necesitara lo siguiente:

**Tabla 41. Costo de Terreno para Proyecto**

Terreno	m <sup>2</sup>
Terreno	12000 m <sup>2</sup>
<i>Considerando que el m<sup>2</sup> en Lloa asciende a un costo de 40USD por metro y el terreno destinado para el proyecto tiene 12000 m<sup>2</sup>, se calcula que el costo del terreno será de:</i>	
	<b>480.000 USD</b>

Elaborado por. Jenny Duque Medina

**Tabla 42. Presupuesto de Construcción y Acabados Recursos Físicos**

Áreas de construcción	m <sup>2</sup>
Edificio Administrativo	719 m <sup>2</sup>
Cabañas	1177 m <sup>2</sup>
Galpón	490 m <sup>2</sup>
Áreas de Meditación	400m <sup>2</sup>
Total metraje para construcción de obra Civil	<b>2786 m<sup>2</sup></b>
<i>Considerando que el metro de construcción en Lloa cuesta 400 USD se determina entonces que la construcción del Centro de Retiro Espiritual en Lloa ascendería a un valor de</i>	
	<b>1'114.400 USD</b>

Elaborado por. Jenny Duque Medina

### 2.3.2.6 Requerimiento Mobiliario y Equipo

Incluyen todos aquellos montos que estarán inmersos en la operación y desarrollo del Centro de Retiro Espiritual, los precios establecidos están basados en precios del mercado en base a cotizaciones.

**Tabla 43. Requerimiento de Mobiliario y Equipo**

Área	Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo	Costo
				Unitario	Total
<b>Administrativa</b>	Fuente de Agua	1	Teos	100	100
	Mesa (estación de bebidas calientes)	1	Muebles RCH	90	90
	Cafetera	1	Ricky	33	33
	Estaciones de trabajo	8	Electrona	120	960
	Computadores Core i3	7	Computrón	600	4200
	Juego de sala	1	Colineal	800	800
	Sillas secretaria	12	Muebles RCH	60	720
	Obras de Arte	1	Ricky	110	110
	Televisor led 32''	1	Orve Hogar	500	500
	<b>TOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA</b>				<b>2413</b>
<b>SPA y Meditación</b>	Colchonetas	12	Muebles RCH	33	396
	Zafu y Zafuton de meditación	20	Teos	65	1300
	Cojines	30	Muebles RCH	12	360
	Biombos	2	Teos	190	380
	Mantas pequeñas	50	Cobijas San Pedro	7,5	375
	Figuras de Resina	7	Teos	60	420
	Fuente pequeña	1	Teos	40	40
	Jardín Zen	2	Teos	32	64
	Obras de Arte	5	Ricky	100	500
	Esterilla Fotón Yoga	30	Teos	20	600
	Muebles	6	Mubles JD	75	450
Cuencos Tibetanos	12	Teos	110	1320	

	Candelabros	7	Teos	14,5	101,5
	Lámparas	10	Teos	35	350
	Camilla Sheylon	12	Muebles RCH	85	1020
	<b>TOTAL AREA MEDITACIÓN</b>			<b>879</b>	<b>7676,5</b>
<b>RESTAURANTE Y COCINA</b>	Mesas cuatro puestos	15	Muebles RCH	100	1500
	Mesas dos puestos	6	Muebles RCH	60	360
	Sillas	72	Muebles RCH	30	2160
	Cafetera	1	Montero	50	50
	Licuadaora	1	Montero	105	105
	Extractor de jugos	1	Montero	65	65
	Horno	1	Corona	350	350
	Cocina industrial 5 funciones	1	Corona	1900	1900
	Microondas	1	Montero	115	115
	Mesa de trabajo acero inoxidable	1	Corona	450	450
	Refrigeradora	1	Artefacta	450	450
	Equipo de sonido	1	Artefacta	450	450
	Mueble de Recepción y caja	1	Muebles RCH	550	550
	Trampas de Grasa	1	Corona	450	450
	Congelador	1	Artefacta	900	900
	Batidores manuales	1	Montero	18	18
	Estación de samovares de comida	1	Montero	1200	1200
	<b>TOTAL ÁREA DE COCINA Y RESTAURANTE</b>			<b>7243</b>	<b>11073</b>
<b>GALPÓN, MÁQUINAS Y LAVANDERIA</b>	Repisas	8	Corona	110	880
	Reloj Biométrico	1	Bio devices	250	250
	Computadores	1	Computrón	600	600
	Sistema de Alarma y Cámaras	1	Security Safe	2000	2000
	Canceles Empleados 12 espacios	2	Electrona	380	760
	Juego de sala	1	Muebles JD	600	600

Mesas de cuatro puesto	4	Muebles RCH	55	220
Vertical Refrigerante dos puertas	1	Mega frio	2000	2000
Vertical congelante dos puertas	1	Mega frio	2100	2100
Sillas	20	Muebles RCH	30	600
Secadora Haceb	1	Haceb	650	650
Lavadoras Haceb 42 libras	1	Haceb	850	850
Bomba de Agua	1	Kywi	900	900
Planta eléctrica Honda	1	Kywi	2000	2000
Tanque de GLP	1	Agip	3500	3500
Contenedores Basura y reciclaje	7	Kywi	200	1400
Basureros exteriores	9	Kywi	35	315
Basureros interiores	24	Kywi	8	192
		<b>TOTAL AREA DE GALPON</b>	<b>16268</b>	<b>19817</b>
<b>TOTAL EQUIPOS Y MAQUINARÍA</b>				<b>46079,5</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

### 2.3.2.7 Requerimiento de vehículo

AFTAN AMEYA SPA RESORT contará con un vehículo que tiene un valor de 30.000 incluido matricula, el cual se le dará uso de acuerdo a las exigencias y logística interna del Centro de Retiro Espiritual y en el caso dado servirá para transporte de huéspedes.

**Tabla 44. Vehículo**

Vehículo	Detalle	Precio
Furgoneta Volkswagen	Trasporte Combi	30.000 USD

Elaborado por: Jenny Duque Medina



### 2.3.2.8 Requerimiento Menaje y Vajilla.

Se ha realizado una cotización de todo el menaje a utilizarse en el área de restaurante y cocina del presente proyecto.

**Tabla 45. Requerimiento de Menaje y Vajilla**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PROVEEDOR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Plato Base	100	Montero	6,63	663
Sopero	100	Montero	3,07	307
Plato Tendido	100	Montero	5,63	563
Plato postre	100	Montero	2,96	296
Tasa café	100	Montero	1,83	183
Plato base café	100	Montero	1,61	161
Plato para entrada	100	Montero	2,75	275
Cuchara sopera	100	Montero	0,75	75
Cuchara postre	100	Montero	0,53	53
Cuchara café	100	Montero	0,53	53
Tenedor de mesa	100	Montero	0,75	75
Tenedor Plato entrada	100	Montero	0,65	65
Tenedor Plato postre	100	Montero	0,45	45
Cuchillo de mesa	100	Montero	1,19	119
Cuchillo de plato entrada	100	Montero	1	100
Vasos	100	Montero	0,52	52
Copas a agua	100	Montero	0,95	95
Copas de vino	100	Montero	3,3	330
Individuales Bambu	100	Montero	2,5	250
Ollas de aluminio	5	Montero	23	115
Tablas de picar	2	Montero	25	50
Cucharones	2	Montero	18	36
Bowls	2	Montero	8,5	17
Jarras de plásticos	2	Montero	2,5	5
Jarras de vidrio	6	Montero	4	24
Charoles	6	Montero	15	90
Saleros	20	Montero	15	300
Ajiceros	20	Montero	8	160
Sartenes	3	Montero	20	60
Cacerolas	1	Montero	15	15
Cucharetas	3	Montero	5	15
Cucharones	2	Montero	3,5	7
Cernidores metálicos	1	Montero	15	15
Colador de aluminio	1	Montero	12	12
Cuchillos de golpe	5	Montero	8	40
Espátulas	2	Montero	5	10
Espumaderas	1	Montero	19	19

Olla de presión	1	Montero	30	30
Tablas metálicas para picar	2	Montero	25	50
Tamaleras	1	Montero	55,35	55,35
Hieleras	6	Montero	4	24
Copa de champagne	50	Montero	1,9	95
Jarras de cristal	10	Montero	3,5	35
Pinzas para hielo	10	Montero	1,25	12,5
Vasos rocas	20	Montero	1,3	26
Vasos long drink	100	Montero	1,5	150
Bandeja rectangular antideslizante	4	Montero	13,21	52,84
			<b>TOTAL</b>	<b>5280,69</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

### 2.3.2.9 Requerimiento Menaje de habitaciones.

Todas las habitaciones de las cabañas necesitan poseer una reposición de lencería para cambio de la misma, para efectos de este proyecto en cada área de las cabañas de acuerdo a su nombre poseerán una estación de linos la misma que deberá estar abastecida con todo lo referente a ropa de cama, de baño y amenities de acuerdo al plan de trabajo y políticas establecidas por el área para realizar al limpieza, higienización y equipamiento de las habitaciones de una manera rápida y eficiente.

**Tabla 46. Requerimiento en Linos**

Área	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Proveedor
Linos	Juegos de Sabanas 3 plaza	18	78,00	1404,00	Pintex
	Juego de Sabanas 1 1/2	132	18,00	2376,00	Pintex
	Juego de Sabanas 2 plazas	33	24,00	792,00	Pintex
	Almohadas	174	20,00	3480,00	Pintex
	Cobertores	174	30,00	5220,00	Chaide
	Forros de Colchón	174	25,00	4350,00	Chaide
	Juego de Toallas	174	35,00	6090,00	San Pedro
	Toallas faciales	174	2,00	348,00	San Pedro
	<b>TOTAL</b>	<b>1053</b>	<b>232,00</b>	<b>24060,00</b>	

Elaborado por: Jenny Duque Medina

### 2.3.2.10 Requerimiento de Equipamiento para el Área de Alojamiento

Para el funcionamiento del Centro de Retiro Espiritual se deberá construir Cabañas Dobles, Simples y Triples las mismas que deberán ser equipadas, con lo que se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla 47. Requerimiento en Cabañas y Habitaciones**

Área	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Proveedor
<b>Cabañas Suite Doble</b>	Somier	6	180,00	1080,00	Chaide
	Espaldar	6	200,00	1200,00	Muebles JD
	Colchón 3 plazas 2.00x2.00x0,2 anti ácaros	6	310,00	1860,00	Chaide
	Veladores	12	60,00	720,00	Muebles JD
	Juego de Sala de Estar	6	600,00	3600,00	Muebles JD
	Alfombra	6	95,00	570,00	Rikie
	Teléfonos	6	19,00	114,00	Rikie
	Candelabros dobles	6	18,00	108,00	Teos
	Candelabros Simples	12	9,50	114,00	Teos
	Calefactor de Pared	6	195,00	1170,00	Rikie
	Espejo	6	60,00	360,00	Teos
	Lámparas 13 x 14 c	12	38,00	456,00	Teos
	Cuadros	6	100,00	600,00	Teos
	Secador de Cabello	6	45,00	270,00	Montero
	Porta incienso	6	4,50	27,00	Teos
	Difusor	6	4,50	27,00	Teos
	Colgante feng shui Puerta	6	6,00	36,00	Teos
<b>TOTAL</b>		<b>120</b>	<b>1944,50</b>	<b>12312,00</b>	
<b>Cabañas Simples</b>	Somier	6	110,00	660,00	Chaide
	Espaldar	6	140,00	840,00	Muebles JD
	Colchón 1 plaza 1/2 1.35x1.90x0,2 anti ácaros	6	121,00	726,00	Chaide
	Veladores	12	40,00	480,00	Muebles JD
	Sillón de Estar	6	160,00	960,00	Muebles JD
	Alfombra	6	95,00	570,00	Rikie
	Teléfonos	6	19,00	114,00	Rikie
	Candelabros dobles	6	14,50	87,00	Teos
	Candelabros Simples	12	4,50	54,00	Teos
	Calefactor de Pared	6	120,00	720,00	Rikie
	Espejo	6	48,00	288,00	Teos
	Lámparas 13 x 14 cm	12	28,00	336,00	Teos
	Cuadros	6	100,00	600,00	Teos
	Secador de Cabello	6	40,00	240,00	Montero
	Porta incienso	6	4,50	27,00	Teos
	Difusor	6	4,50	27,00	Teos
	Colgante feng shui Puerta	6	6,00	36,00	Teos

		<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>1055,00</b>	<b>6765,00</b>	
<b>Cabañas Dobles</b>	Somier 2 plazas	5	140,00	700,00	Chaide	
	Somier 1 Plaza 1/2	12	110,00	1320,00	Chaide	
	Espaldar 2 plazas	6	165,00	990,00	Muebles JD	
	Espaldar 1 plaza 1/2	12	140,00	1680,00	Muebles JD	
	Colchón 2 plazas 1.35x1.90x0,2 anti ácaros	5	165,00	825,00	Chaide	
	Colchón 1 plaza 1/2 1.05 x 1.90 anti ácaros	12	121,00	1452,00	Chaide	
	Veladores	17	50,00	850,00	Muebles JD	
	Sillón de Estar	11	190,00	2090,00	Muebles JD	
	Alfombra	11	120,00	1320,00	Rikie	
	Teléfonos	11	19,00	209,00	Rikie	
	Candelabros dobles	11	14,50	159,50	Teos	
	Candelabros Simples	20	4,50	90,00	Teos	
	Calefactor de Pared	11	120,00	1320,00	Rikie	
	Espejo	11	48,00	528,00	Teos	
	Lámparas 13 x 14 cm	20	28,00	560,00	Teos	
	Cuadros	11	100,00	1100,00	Teos	
	Secador de Cabello	11	40,00	440,00	Montero	
	Porta incienso	11	4,50	49,50	Teos	
	Difusor	11	4,50	49,50	Teos	
	Colgante feng shui Puerta	11	6,00	66,00	Teos	
		<b>TOTAL</b>	<b>230</b>	<b>1590,00</b>	<b>15798,50</b>	
<b>Cabañas triples</b>	Somier 2 plazas	4	140,00	560,00	Chaide	
	Somier 1 Plaza 1/2	26	110,00	2860,00	Chaide	
	Espaldar 2 plazas	4	165,00	660,00	Muebles JD	
	Espaldar 1 plaza 1/2	26	140,00	3640,00	Muebles JD	
	Colchón 2 plazas 1.35x1.90x0,2 anti ácaros	4	165,00	660,00	Chaide	
	Colchón 1 plaza 1/2 1.05 x 1.90 anti ácaros	26	121,00	3146,00	Chaide	
	Veladores	30	60,00	1800,00	Muebles JD	
	Sillón de Estar	10	190,00	1900,00	Muebles JD	
	Alfombra	10	90,00	900,00	Rikie	
	Teléfonos	10	19,00	190,00	Rikie	
	Candelabros dobles	10	14,50	145,00	Teos	
	Candelabros Simples	20	4,50	90,00	Teos	
	Calefactor de Pared	10	120,00	1200,00	Rikie	
	Espejo	10	48,00	480,00	Teos	
	Lámparas 13 x 14 c	20	28,00	560,00	Teos	
	Cuadros	10	100,00	1000,00	Teos	
	Secador de Cabello	10	40,00	400,00	Montero	
	Porta incienso	10	4,50	45,00	Teos	
	Difusor	10	4,50	45,00	Teos	
	Colgante feng shui Puerta	10	6,00	60,00	Teos	
		<b>TOTAL</b>	<b>270</b>	<b>1570,00</b>	<b>20341</b>	

Elaborado por: Jenny Duque Medina

### 2.3.2.11 Total de inversión en Activos Fijos.

Se detalla a continuación la inversión total en activos fijos, así como la respectiva depreciación contable con el método de línea recta.

**Tabla 48. Inversión total en Activos Fijos**

RESUMEN INVERSION EN ACTIVOS FIJOS	
<b>Terreno</b>	480.000,00
<b>Edificio</b>	1.114.400,00
<b>Muebles y enseres</b>	102.740,69
<b>Equipos de oficina</b>	3.463,00
<b>Equipos de computación</b>	4.800,00
<b>Maquinaria y equipo</b>	19.633,00
<b>Vehículos</b>	30.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.755.036,69</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

**Tabla 49. Depreciación de Activos Fijos**

DESCRIPCIÓN	TOTAL	AÑOS DEPRECIABLES	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	TOTAL ANUAL	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Edificios	1114400	20	3%	1.080.968,00	54.048,40	54.048,40	54.048,40	54.048,40	54.048,40
Equipos de oficina	3463	10	3%	3.359,11	335,91	335,91	335,91	335,91	335,91
Equipos de computación	4800	3	3%	4.656,00	1.552,00	1.552,00	1.552,00	-	-
Maquinarias y Equipos	19633	10	3%	19.044,01	1.904,40	1.904,40	1.904,40	1.904,40	1.904,40
Muebles y enseres	102740,69	10	3%	99.658,47	9.965,85	9.965,85	9.965,85	9.965,85	9.965,85
Vehículos	30000	5	3%	29.100,00	5.820,00	5.820,00	5.820,00	5.820,00	5.820,00
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>1.275.036,69</b>				<b>73.626,56</b>	<b>73.626,56</b>	<b>73.626,56</b>	<b>72.074,56</b>	<b>72.074,56</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

### 2.3.2.12 Total de inversión en Activos Diferidos.

Se detalla la inversión de Activos Diferidos, los mismos que tiene naturaleza inmaterial, pero influye la generación de beneficios futuros para la empresa. Según las normas ecuatorianas de contabilidad se debe realizar una amortización equivalente a la recuperación de los rubros de inversión de la operación previa de la empresa. Para el proyecto en estudio se aplicará la recuperación en 5 años que es el máximo permitido.

**Tabla 50. Inversión en Activos Diferidos**

<b>RESUMEN DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
<b>Gastos de Constitución</b>	800,00
<b>Estudio de Mercado</b>	450,00
<b>Publicidad</b>	4.350,00
<b>TOTAL</b>	<b>5.600,00</b>

Elaboración: Jenny Duque Medina

**Tabla 51. Amortización de Activos Diferidos**

<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Amortización</b>	1120	1120	1120	1120	1120	<b>5600</b>

Elaboración: Jenny Duque Medina

### 2.3.2.13 Suministros y Servicio Básicos.

Los servicios Básicos a pagarse en el Centro de Retiro serán calculados de manera general y con cifras estimadas ya que no existen referencias históricas por lo tanto se tomara costos de hosterías del sector como información captada como investigación propia.

**Tabla 52. Detalle Costo de Suministros y Servicios**

<b>Servicio</b>	<b>Rubro Mensual</b>	<b>Rubro Anual</b>
Luz Eléctrica	<b>150</b>	<b>1800</b>
Agua Potable	<b>120</b>	<b>1440</b>
Teléfono	<b>100</b>	<b>1200</b>
Internet	<b>80</b>	<b>960</b>
Telefonía Celular	<b>50</b>	<b>600</b>
<b>Total</b>	<b>500</b>	<b>6000</b>

Elaboración: Jenny Duque Medina

### 2.3.2.14 Provisión de Materia Prima en Habitaciones y Spa.

Todos los precios de Materia prima han sido investigados en varios sitios de venta como: supermercados, cotizaciones personales de sitios de venta que existen en lugares aledaños de la zona de estudio, sitios web, etc.

**Tabla 53. Materia Prima insumos en Área de Alojamiento:**

Insumos	Rubro por habitación	Numero de Cabañas	Rubro Mensual	Rubro Anual
Amenities	2,50	33	915,75	10.989,00
Productos de Limpieza	1,00	33	366,30	4.395,60
Lavado de lencería de Habitación	1,00	33	366,30	4.395,60
Papel Higiénico	0,30	33	109,89	1.318,68
Papelería de Habitación	0,80	33	293,04	3.516,48
Velas	1,00	33	366,30	4.395,60
Incienso	0,10	33	36,63	439,56
<b>Total</b>	<b>6,70</b>		<b>2.454,21</b>	<b>29.450,52</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

**Tabla 54. Materia Prima insumos en Área de SPA y Meditación**

Materiales	Rubro por persona	Número de personas	Rubro Mensual	Rubro Anual
Incienso	0,7	26	543,90	6.526,80
Velas	2	26	1.554,00	18.648,00
Esencias	2	26	1.554,00	18.648,00
Aceites	2,5	26	1.942,50	23.310,00
<b>Total</b>	<b>7,20</b>	<b>104</b>	<b>5693,40</b>	<b>67.132,80</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

### 2.3.2.15 Materia Prima Insumos en Área de Restaurante

La materia prima contemplada para este proyecto esta detallada en las recetas estándar, las mismas que fueron elaborados en base a los paquetes ofertados: Paquete Ayurveda: Comida Vegetariana y de acuerdo al programa de alimentación recomendado por el Maestro de Ayurveda; Paquete Aftan Ameya Romántico: Comida Tradicional con control de calorías para cuidar la salud del visitante (Recetas Estándar ver en ANEXOS)

### 2.3.3 Desglose del Producto a ofertar

El producto a ofertar en el presente proyecto se definió en base a los datos, recopilados y analizados en el Estudio de Mercado (Ver Capitulo II).

Se realizara el siguiente desglose del producto a ofertar, para llevar un mejor control de los costos invertidos en cada paquete, después de haber realizado este desglose se procederá a calcular la tarifa promedio que se maneja para el cálculo y análisis pertinente de la parte financiera

**Tabla 55. Desglose P.V.P Producto a Ofertar Paquete Ayurveda para 2 pax**

<b>Desglose de Paquete Ayurveda</b>	
Alojamiento	914,2
Alimentación( Desayuno,Almuerzo, Cena)	40,8
Decoración	60
Asesoría Profesional Ayurvedica	480
Reuerdo de despedida	5
<b>Precio Total de Paquete</b>	<b>1500</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

**Tabla 56. Desglose P.V.P Producto a Ofertar Paquete Aftan Ameya Romántico para 2 pax**

<b>Desglose de Paquete Aftan Ameya</b>	
Alojamiento	703,15
Alimentación( Desayuno,Almuerzo, Cena)	29,85
Trasporte	35
Decoración	80
Reuerdo de despedida	2
<b>Precio promedio de paquetes</b>	<b>850</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina



### 2.3.4 Precio Promedio del Producto a Ofertar

El precio promedio que se manejará para efectuar los cálculos de la proyección de ventas se ha establecido de acuerdo a un promedio ponderado basado en las encuestas del estudio de mercado donde el 96% del universo está dispuesto a pagar por el paquete Romántico y el 4% por el paquete Ayurveda. A continuación el respectivo detalle:

**Tabla 57. Precio Promedio de Paquetes**

<b>Paquetes</b>	<b>PVP</b>	<b>% de personas dispuestas a pagar</b>	<b>Participación en el PVP</b>
<b>Paquete Ayurveda</b>	1.500,00	4%	60,00
<b>Paquete Aftan Ameya</b>	425,00	96%	408,00
<b>Precio promedio de paquetes</b>			<b>468,00</b>

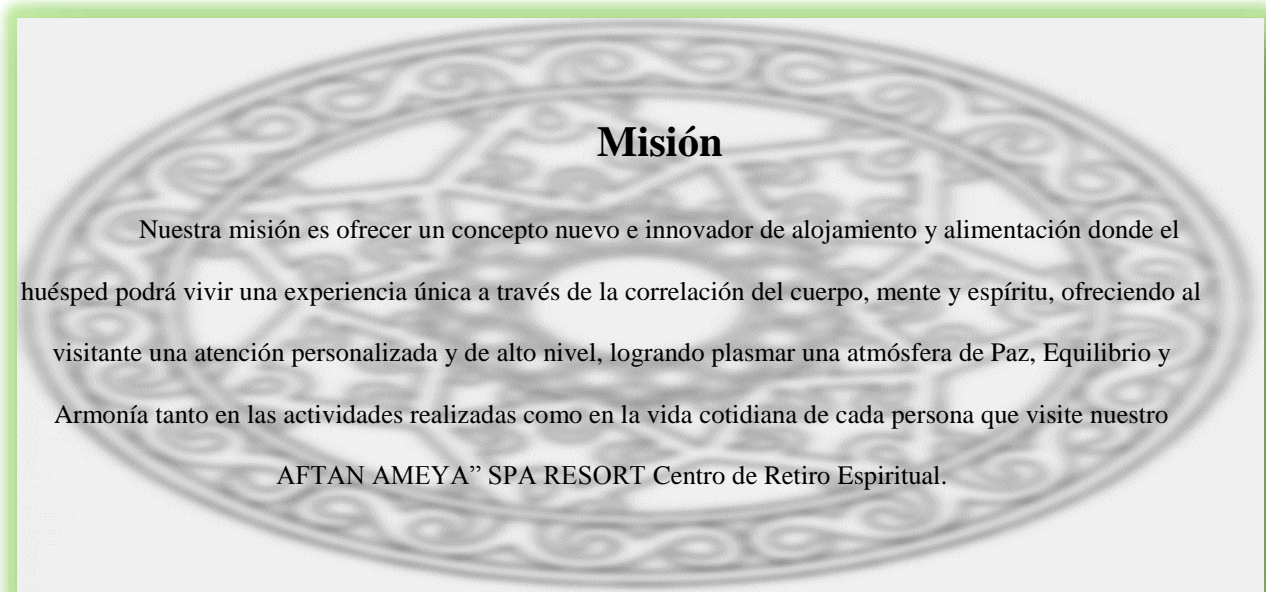
Elaborado por: Jenny Duque Medina

## 2.4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO.

### 2.4.1 Misión

La misión de una organización se refiere a todo lo que procura hacer la empresa, a quien está encaminado, cuál es el motor que impulsa su existencia y proporciona orientación a las actividades que se realizarán en la misma; es lo que se aspira plasmar en forma material para satisfacer las necesidades del mercado al cual está enfocado y de todos los que estén involucrados en el proyecto.

#### **Ilustración 35. Misión AFTAN AMEYA” SPA RESORT Centro de Retiro Espiritual.**

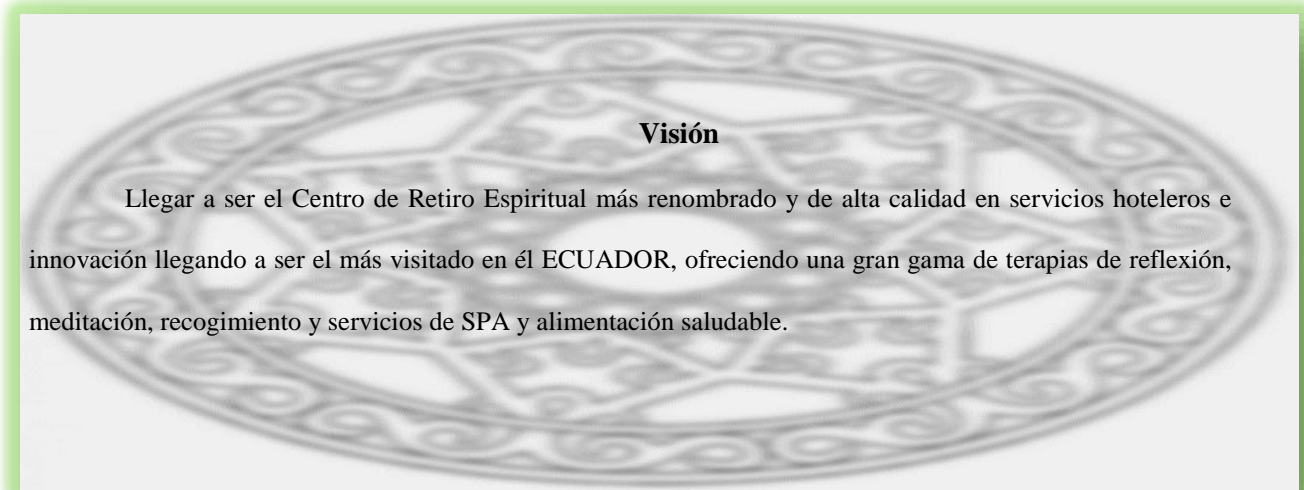


**Elaborado por:** Jenny Duque Medina

### 2.4.2 Visión

La Visión es la manifestación que aspira la Empresa a margo, mediano o corto plazo, es decir como se ve la empresa u organización a futuro.

### Ilustración 36. Visión AFTAN AMEYA” SPA RESORT Centro de Retiro Espiritual.



Elaborado por: Jenny Duque Medina

#### 2.4.3 Valores y Principios Corporativos

- **Puntualidad.-** Dar cumplimiento con los horarios establecidos de entrada, salida y horarios de comida para fomentar el respeto, orden y buen desempeño entre todas las personas que trabajaran en el establecimiento.
- **Orden y Limpieza.-** Mantener un orden específico en cada departamento y área de trabajo de este modo disminuir tiempos de trabajo en las actividades. Cuidar a cada momento la limpieza del establecimiento pues es una de las llaves de entrada para presentar siempre una excelente imagen ante el cliente.
- **Cooperación.-** Desarrollar en los empleados del establecimiento la importancia del trabajo en equipo y el espíritu de compañerismo ya que así existirá la superación común.
- **Solidaridad.-** Establecer entre los empleados estrechos lazos de solidaridad para que sientan como propios los logros o fracasos del establecimiento de este modo fomentar el interés por mejorar para superar cualquier contratiempo.
- **Respeto.-** Promover el respeto y valoración personal para que de ese modo se refleje el respeto hacia las demás personas creando un ambiente de armonía y

camaradería entre todos , como también el respeto a la naturaleza y al medio ambiente aprovechando de manera responsable los recursos para mejora del servicio que se ofrecerá al huésped.

- **Honestidad.-** Ser transparentes y fomentar el sentido de pertenecía a cada paso y en cada actividad desarrollada con los huéspedes y compañeros.
- **Responsabilidad.-** Exigir a todos los rangos del establecimiento el cumplimiento de las normas, reglamentos y funciones de cada puesto de trabajo ya que de esto depende el excelente funcionamiento de establecimiento.
- **Lealtad.-** Siempre hablar con la verdad y ser leal a los principios y valores de cada persona para proyectarlo a las personas que nos rodean, proporcionando un ambiente de compañerismo y seguridad.
- **Empatía.-** Ponerse en los zapatos de la otra persona, para la resolución de problemas de este modo dar soluciones efectivas.
- **Actitud Proactiva.-** Adelantarse a los hechos sin esperar que se les diga que hay que hacer o no, dar soluciones eficiente y eficaces.

#### 2.4.4 Valores

- Vocación de servicio
- Pasión por brindar una excelente atención a nuestros clientes
- Excelencia apuntar a lo más alto con los detalles más pequeños
- Valorar al recurso humano
- Responsabilidad con el medioambiente
- Autenticidad hablar siempre con la verdad
- Equipo ser una sola voz

#### 2.4.5 Nombre o Razón Social

De acuerdo a las normas legales para la constitución de una compañía el nombre de la misma deberá ser único y no tendrá repeticiones esto se deberá confirmar en: el IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, conjuntamente con la aprobación de la Súper intendencia de Compañías.

El nombre del Establecimiento será: **“AFTAN AMEYA” SPA RESORT Cía. Ltda. Centro de Retiro Espiritual**, traducido al español significa: sol sin límites, El logo del establecimiento está simbolizado con una mariposa que representa, la transformación, muerte y auto renovación del alma, el color verde significa la relación con la naturaleza, esperanza, felicidad, crecimiento y libertad.

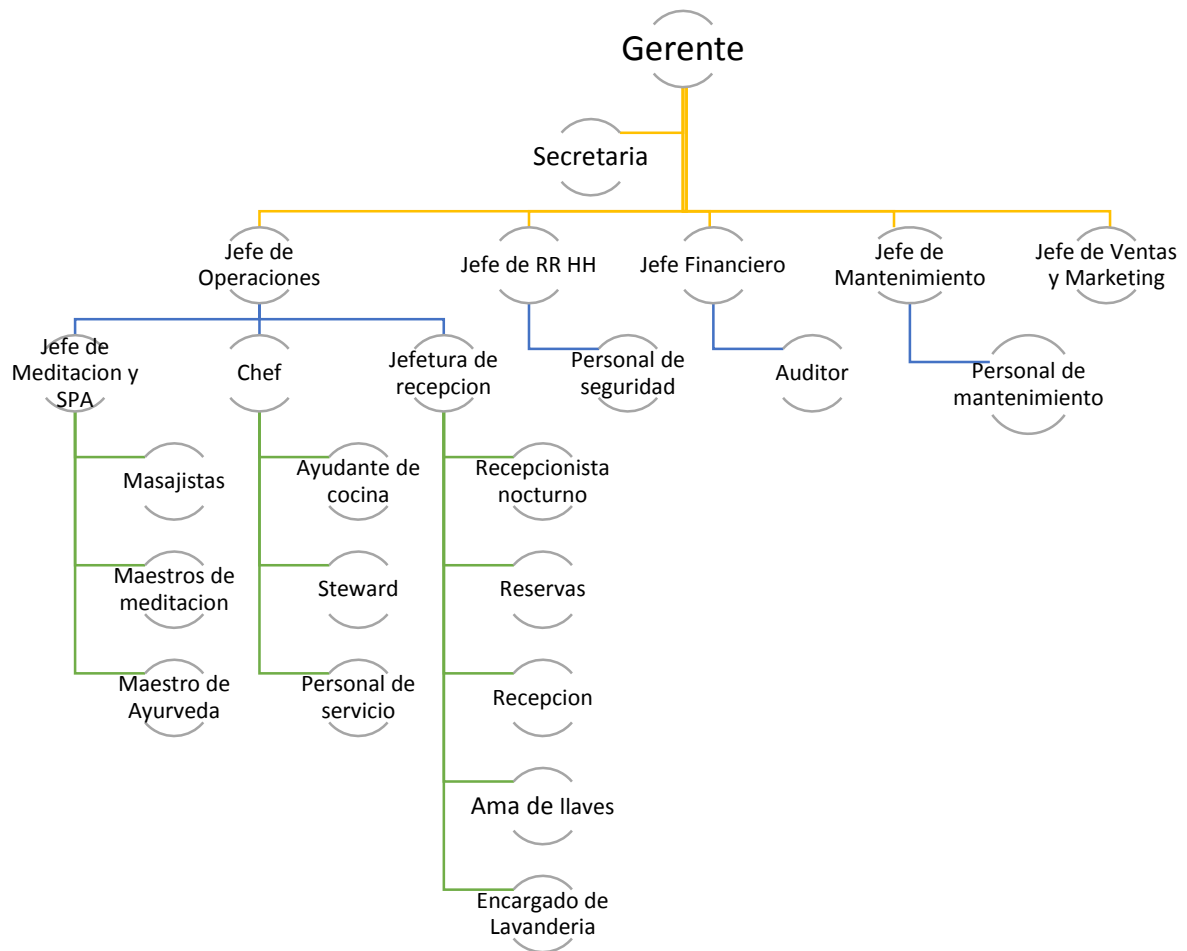
**Ilustración 37.** Logotipo “AFTAN AMEYA” SPA RESORT Centro de Retiro Espiritual



**Elaborado:** Jenny Duque Medina

## 2.4.6 Organigrama de Puestos

**Ilustración 38.** Organigrama “AFTAN AMEYA” SPA RESORT Centro de Retiro Espiritual



Elaborado por: Jenny Duque Medina

## 2.4.7 Detalle Organigrama Funcional

**Gerente.-** Es la persona capacitada y encargada de planificar, dirigir y controlar el manejo de todo el establecimiento y del personal sus funciones principales son:

- Debe estar pendiente y supervisar a todos los jefes de las diferentes áreas ya que ellos son su mano derecha para el adecuado desenvolvimiento del Centro.
- Estar abierto a las quejas de los empleados, clientes , proveedores para darles la solución más oportuna posible

- Estar al tanto de cualquier singularidad que se presente en Centro para proporcionar la atención que la situación lo requiera.
- Establecer el sistema de trabajo de los empleados, es la única persona encargada de autorizar lo que se debe o no hacer en el establecimiento.
- Supervisa directamente todas las áreas y se informa de ellas por medio de sus colaboradores de tal modo que semanal obtiene un informe donde se evalúa varios puntos para determinar de qué modo se está llevando el control y manejo
- Autorizar se reemplace cualquier puesto de trabajo de ser necesario
- Dar atención a los clientes especiales manejar la fidelización de los mismos, fomentar planes de desarrollo y buen funcionamiento del Centro.
- Dominar las necesidades del mercado e innovar las estrategias para que el Centro funcione con éxito y tenga un crecimiento rápido.
- Estar capacitado en todas las áreas y operaciones del Centro de Retiro Espiritual ya que deberá ejecutar labores administrativas conjuntamente con el área específica.

**Secretaria.-** Se ocupa de todos los asuntos pertinentes de gerencia sus principales funciones son:

- Es la persona encargada de recibir, registrar y distribuir la correspondencia del establecimiento y en especial de gerencia.
- Envió de correspondencia con el orden y registro pertinente de acuerdo al departamento que lo necesite, realizando él envío oportuno.
- Archivo y orden de contratos y convenios con terceros.
- La secretaria prepara, correos electrónicos, cartas, oficios, atención de llamadas telefónicas y realiza la atención diaria de la agenda gerente.
- Control de caja chica
- Conservar los archivos físicos actualizados y ordenados de las Facturas.

- Evaluación frecuente de cada proveedor para para identificar que el servicio que nos entregan se esté cumpliendo dentro de los acuerdos fijados.
- Estará encargada del Servicio al Cliente parte indispensable para el crecimiento del establecimiento.

**Jefe de Operaciones.-** Esta persona estará encargada de toda el área operativa del Centro, tendrá reuniones continuas con los encargados de cada área, ya que él es porta vos del desenvolvimiento del área operativa para a su vez reportarle al Gerente, sus funciones son:

- Supervisa y organiza las actividades que realizaran cada uno de los empleados que forman parte de la atención al huésped.
- Organiza las funciones de cada empleado, horarios, rotación, trabajo en equipo, cantidad de personal que necesita el área.
- Implementar reglas y procedimientos para la realización de las funciones y así llevar un orden y congruencia en el trabajo.
- Maneja el presupuesto de toda el Área operativa para analizar los gastos y determinar que se puede adquirir en un futuro próximo.
- Sera el responsable de reclutar personal para el área operativa conjuntamente con R.R. H.H.
- Trabaja en forma conjunta con compras, costos y contabilidad.
- Desarrollará estrategias conjuntamente con Alimentos y Bebidas para reducir costos y gastos.
- Planificar y dirigir todas las actividades referentes a las áreas a su cargo conjuntamente con los responsables de cada área.
- Controlar el buen manejo de insumos para evitar el desperdicio y despilfarro de los mismos.



- Realiza reuniones semanales con cada área a su cargo acogerá sugerencias para el adecuado desarrollo de las actividades y tratamiento de temas relacionados con cada área.

**Jefe de Área de Meditación y SPA.-** La persona encargada de esta área probablemente sea la que tiene gran parte de responsabilidad en cuanto al servicio al cliente se refiere, ya que esta es una de las partes fundamentales de servicio innovador que ofrecerá “AFTAN AMEYA” SPA RESORT Centro de Retiro Espiritual, sumado a las funciones de una jefatura la cuales ya se describió anteriormente, la persona que desempeñe este cargo debe estar correcta y minuciosamente capacita en: Técnicas de Meditación, Ayurveda SPA terapias, Dietética Ayurvédica y Nutrición, Primeros Auxilios, reflexología.

**Masajistas.-** Deben ser personas con una alta vocación de servicio y conocimiento en el área a desempeñarse, Brindar masajes terapéuticos y corporales a los huéspedes con profesionalismo en la materia y servicio personalizado.

**Maestros de Meditación.-** Del mismo modo como el nombre de nuestro establecimiento lo indica “AFTAN AMEYA” SPA RESORT será un espacio donde el huésped venga a des estresarse e olvidarse de la vida cotidiana aprendiendo técnicas que les ayudaran a cambiar su estilo de vida brindándoles paz y tranquilidad, precisamente esa será la función principal de los maestros de meditación de nuestro Centro de retiro Espiritual.

**Maestro de Ayurveda.-** Su función principal es inducir a nuestros huéspedes a llevar una vida más equilibrada a través de la alimentación dirigida a cada uno de los tipos de cuerpo que existen y combinado varias técnicas, y masajes hindús que se detalla más adelante en el desarrollo de este proyecto.

**Chef.-** A cargo de él está todo el manejo y funcionamiento de la preparación de los alimentos para el Centro de Retiro Espiritual.

- Elaboración del Menú para el restaurante el cual lo se lo planificará con el Maestro Ayurveda para lograr un excelente equilibrio nutricional.
- Preparación de los diferentes platillos expuestos en el menú
- Supervisa el correcto desenvolvimiento en la cocina y restaurante para brindar un servicio de calidad.
- Exigir productos de buena calidad para la elaboración de los alimentos
- Salvaguardar el correcto manejo de todos los implementos de la cocina y el restaurante
- Cuidar minuciosamente la limpieza del área de trabajo y del restaurante
- Dirigir el personal a su cargo con responsabilidad siguiendo estándares de alta calidad y servicio eficiente.

#### **Ayudante de Cocina**

- Ser el soporte del chef y ayudarlo en todo lo que el disponga.
- Elaboración del Mice Place

#### **Steward**

- Se encarga de la limpieza de la vajilla, utensilios y demás utilizados al momento de la elaboración de los alimentos.
- Realiza la distribución de raciones
- Hace limpieza diaria de la cocina
- Reporta la falta de algún insumo o alimentos para la cocina

#### **Personal de Servicio**

- Estarán a cargo del manejo del restaurante
- Se encargaran del servicio de los alimentos de la cocina a la mesa del cliente
- Pulir la vajilla antes del servicio
- Montaje de mesas y decoración del restaurante

- Brindad servicio incomparable al huésped

### **Jefe de Recepción**

- Realizar la gestión del todos el área de reservas y esta su cargo el personal de recepción, reservas, ama de llaves, chofer.
- Esta encargado de supervisar el proceso de atención de huéspedes y cumplimiento de reglas de cortesía.
- Planifica horarios
- Verifica los servicios de calidad en las habitaciones
- Elabora presupuesto para el departamento
- Realiza evaluaciones al personal a su cargo

### **Recepción, Reservas, y Auditoria nocturna**

- Da el recibimiento a los huéspedes.
- Asigna y vende habitaciones individuales o grupos
- Proporciona información de Centro de Retiro Espiritual
- Realiza check in y check out
- Esta encargado de realizar la facturación al huésped al momento su salida.
- Verifica y revisa el trabajo del departamento de Ama de Llaves
- Manejo de llaves de habitaciones
- Manejo de caja
- Ingresa vales, consumo de habitaciones, lavandería, y otros servicios
- Reporta a las camareras el momento oportuno para realizar la revisión de habitaciones
- El personal de reservas está encargado de registrar las reservas realizadas al sistema para proceder luego a la asignación de habitaciones.

- Se hace cargo de recibir depósitos y entregar la constancia a los departamentos involucrados con esta información.
- Proporciona a las personas interesadas información de tarifas
- Informa a su jefe inmediato de la venta de habitaciones para fechas específicas para manejar la venta y sobreventa.
- Esta encargado de enviar, confirmaciones, cancelaciones y cambios de las reservas.
- El auditor nocturno hace las veces de recepcionista en la noche, realiza informe de ventas y revisa todo el trabajo realizado en el día.
- Las camareras se encargan de la limpieza de las habitaciones y baños, también hace la cobertura proporciona novedades de ser el caso: discrepancias, estado de las habitaciones, mantenimiento, etc. También realiza la función de mensajería o compras fuera del hotel si así el huésped lo pide.
- La persona encargada de la Lavandería tiene como función, tener limpia y en orden la ropa que el huésped solicita lavar y también de los blancos del centro, toallas, mantelería, uniformes de los empleados, otra función es el planchado y servicio de costura.

**Recursos Humanos.-** Este departamento básicamente se encarga de todo el manejo del Recurso Humano de la empresa sus principales funciones son:

- Reclutamiento de personal
- Contratación de personal según el perfil de puesto
- Realización de la descripción de puestos y funciones de cada puesto del centro
- Capacitación del personal
- Incentivos de personal

- Inducción para nuevas contrataciones ( formalización de contratos, afiliaciones al IESS, seguro privado, entrega los uniformes )
- Se encarga de realizar la correcta asignación y cálculo de: permisos, horas extras, vacaciones, bajas por enfermedad, accidentes de trabajo, control de ausentismo etc.
- Tramites y procedimientos de futuros despidos
- Rol de Pagos
- Eventos y festejos para empleados
- Establece el código de trabajo interno y se asegura de su cumplimiento
- Promoción interna para dar opción a los empleados que realicen ascensos en el mismo establecimiento.
- Están a cargo del plan de prevención de riesgos de trabajo, cuidado integral de la salud del empleado.

**Personal de Seguridad.-** Velar por la seguridad de toda la compañía comprendiendo así la propiedad del centro, los empleados y huéspedes , realizar control de personal horarios de entrada salida, cacheo, control para la entrada de visitas, proveedores correspondencia, blindado etc. Seguridad de áreas internas y externas de establecimiento, medidas ante posibles altercados en la vía pública, proporcionar seguridad física a los trabajadores durante los horarios de trabajo establecidos.

**Contador y Auditor.-** La parte financiera de en negocio es muy importante para la operación y éxito mismo ya que la mayor parte de decisiones se miden en términos financieros, las funciones generales de este departamento son:

- Vigilar que los costos y gastos del Centro de retiro Espiritual sean justificados a la medida de lo posible.
- Instaurar métodos y procedimientos de control y registro contable.

- Reportar y proporcionar estados y análisis financieros para toma de decisiones futuras.
- Intervenir y supervisar en el pago oportuno de impuestos.
- Realizar actividades de índole legal.
- Orientar a la Gerencia a tomar decisiones en caso de ser necesario
- Realizar informe de ventas (auditor)
- Chequear operación diariamente para pasar al contador la información pulida (auditor)
- Ingreso de información al sistema (auditor)
- Manejo de cartera vencida (auditor)
- Pagos a proveedores, preparación mensual de plan y horario de pagos (auditor)
- Mantiene actualizado los seguros que haya contratado el establecimiento (auditor)
- Tener al día los libros contables (auditor)
- Banca y Custodia (auditor)

**Mantenimiento.-** Esta persona tiene a su cargo, el mantenimiento y limpieza de todo el establecimiento las funciones a desarrolla:

- Manejo y distribución de trabajo para las personas a su cargo
- Estar pendiente de la limpieza de todas las áreas del Centro
- Estar al tanto de cualquier daño que pueda presentarse en el establecimiento y planificar su pronto arreglo
- Realizar el Mantenimiento preventivo de todos los equipos y espacios del establecimiento, sistema eléctrico, televisiones, neveras, cables de iluminación, jardines, fumigación de habitaciones, lavado de cisterna, control de gas, etc.
- Compra de todo lo necesario para la decoraciones de interiores y exteriores.

**Ventas y Marketing.-** El personal de ventas tiene la responsabilidad de contactar clientes para el establecimiento y ofrecerles nuestros servicios, como también se encargara de la promoción y publicidad.

- Establecer varias políticas para la venta de paquetes.
- Establecer las tarifas de los servicios a ofertar
- Realizar estudios para tener mayor cantidad de reservas
- Establecer estrategias de promoción para dar a conocer el establecimiento y ejecutarlos.
- Plantear una lista de clientes potenciales
- Cerrar el negocio con los clientes

#### **2.4.8 Nómina del personal requerido para el Proyecto**

De acuerdo a la capacidad que tendrá “AFTAN AMEYA” SPA RESORT Centro de retiro Espiritual se ha determinado que se deberá contar con el siguiente personal para el funcionamiento y atención.

**Tabla 58.** Nómina de Personal

<b>NOMINA DE PERSONAL “AFTAN AMEYA” SPA RESORT</b>	
<b>Puestos Administrativos y Operativos</b>	<b>Nº de empleados</b>
Gerente	1
Secretaria de gerencia	1
Jefe de Recursos Humanos	1
Guardias	2
Jefe Financiero	1
Auditor	1
Jefe de Mantenimiento	1
Auxiliar de Mantenimiento	1
Jefe de Ventas y Marketing	1
Jefe Operativo	1
Jefe de Meditación y SPA	1
Masajistas	2
Maestros de Meditación	1
Maestros de Ayurveda	1
Chef	1
Ayudantes de Cocina	2
Steward	1
Meseros	2
Jefatura de Recepción	1
Recepcionistas	2
Lead de Reservas	1
Recepcionista Nocturno	1
Encargado de Lavandería	1
Camareras	2
Chofer	1
<b>Total de Trabajadores</b>	<b>31</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

#### 2.4.8.1 Provisión Empleados

Los empleados del AFTAN AMEYA” SPA RESORT Centro de Retiro Espiritual contara con una nómina de 31 Empleados, para lo que se calculara el siguiente cuadro de provisiones para el pago de los mismo, en el cuadro se detalla su salario básico establecido por el gobierno para el año 2015 sumado todos los beneficios de ley vigentes.

Al este salario estará incrementado el 4% de considerando la inflación del país más un porcentaje determinado por el empleador de acuerdo a las funciones y cargos de responsabilidad.



Tabla 59. Rol de Provisiones

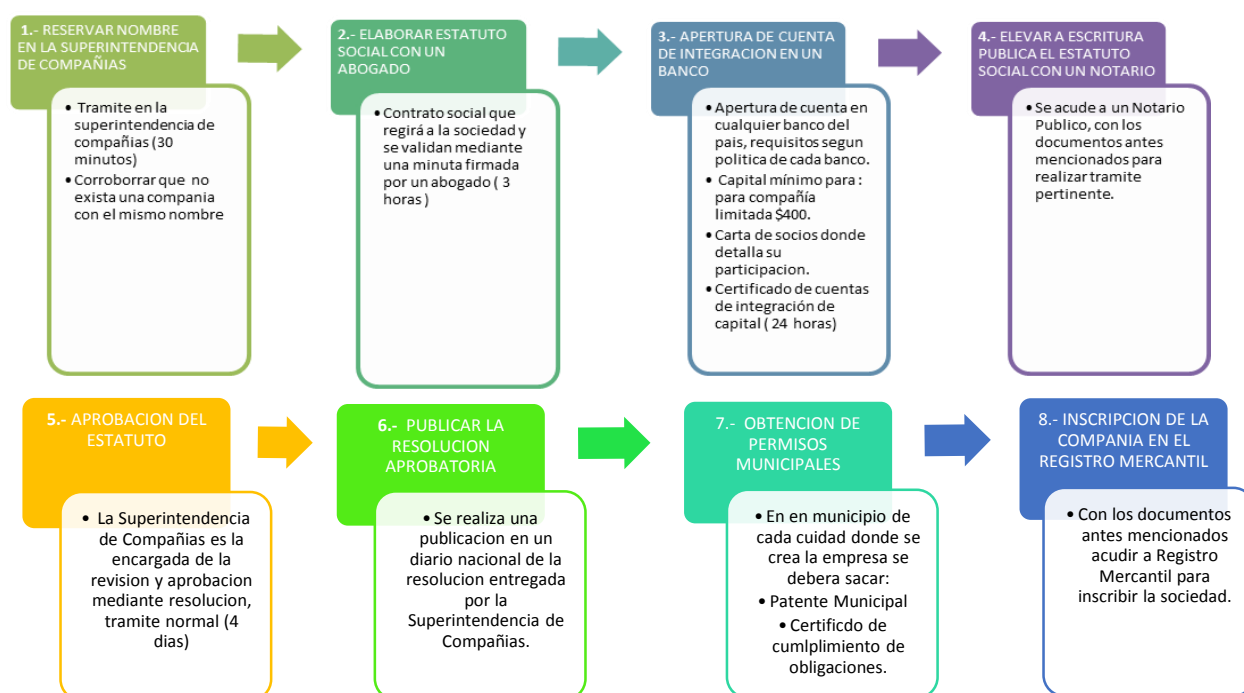
CARGO	Nº DE PUESTOS	MONTO MENSUAL POR PUESTO	MONTO MENSUAL TOTAL	APORTE PATRONAL 11,15%	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gerente	1	1.000,00	1.000,00	111,50	29,50	83,33	1.224,33	14.692,00
Secretaria de gerencia	1	362,00	362,00	40,36	29,50	30,17	462,03	5.544,36
Jefe de Recursos Humanos	1	700,00	700,00	78,05	29,50	58,33	865,88	10.390,60
Guardias	2	357,00	714,00	79,61	59,00	59,50	912,11	10.945,33
Jefe Financiero	1	700,00	700,00	78,05	29,50	58,33	865,88	10.390,60
Auditor	1	450,00	450,00	50,18	29,50	37,50	567,18	6.806,10
Jefe de Mantenimiento	1	600,00	600,00	66,90	29,50	50,00	746,40	8.956,80
Auxiliar de Mantenimiento	1	359,00	359,00	40,03	29,50	29,92	458,45	5.501,34
Jefe de Ventas y Marketing	1	650,00	650,00	72,48	29,50	54,17	806,14	9.673,70
Jefe Operativo	1	650,00	650,00	72,48	29,50	54,17	806,14	9.673,70
Jefe de Meditación y SPA	1	600,00	600,00	66,90	29,50	50,00	746,40	8.956,80
Masajistas	2	400,00	800,00	89,20	59,00	66,67	1.014,87	12.178,40
Maestros de Meditación	1	400,00	400,00	44,60	29,50	33,33	507,43	6.089,20
Maestros de Ayurveda	1	500,00	500,00	55,75	29,50	41,67	626,92	7.523,00
Chef	1	600,00	600,00	66,90	29,50	50,00	746,40	8.956,80
Ayudantes de Cocina	2	356,00	712,00	79,39	59,00	59,33	909,72	10.916,66
Steward	1	357,00	357,00	39,81	29,50	29,75	456,06	5.472,67
Meseros	2	356,00	712,00	79,39	59,00	59,33	909,72	10.916,66
Jefatura de Recepción	1	700,00	700,00	78,05	29,50	58,33	865,88	10.390,60
Recepcionistas	2	358,00	716,00	79,83	59,00	59,67	914,50	10.974,01
Lead de Reservas	1	358,00	358,00	39,92	29,50	29,83	457,25	5.487,00
Recepcionista Nocturno	1	359,00	359,00	40,03	29,50	29,92	458,45	5.501,34
Encargado de lavandería	1	358,00	358,00	39,92	29,50	29,83	457,25	5.487,00
Camareras	2	357,00	714,00	79,61	59,00	59,50	912,11	10.945,33
Chofer	1	354,00	354,00	39,47	29,50	29,50	452,47	5.429,65
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>12.241,00</b>	<b>14.425,00</b>	<b>1.608,39</b>	<b>914,50</b>	<b>1.202,08</b>	<b>18.149,97</b>	<b>217.799,65</b>

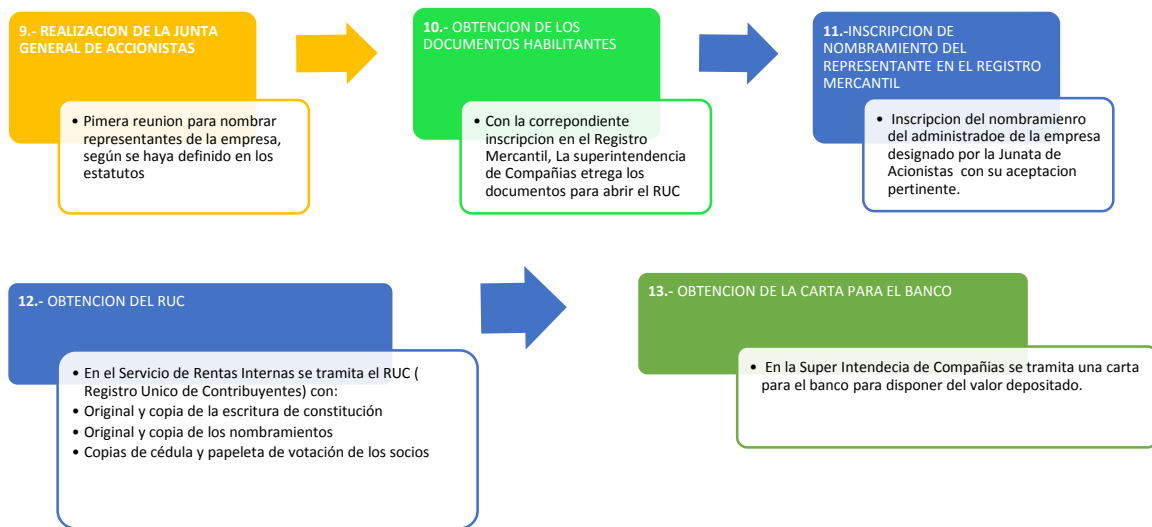
Elaborado por: Jenny Duque Medina

## 2.5 ESTUDIO LEGAL.

### 2.5.1 Requisitos Legales para la creación de AFTAN AMEYA SPA RESORT

Para la creación de un establecimiento turístico que brinde Alojamiento se debe seguir varios pasos y cumplir con diferentes normativas legales; El organismo rector en todo lo concerniente a la Actividad Turística Ecuatoriana es el Ministerio de Turismo por tal motivo es el organismo que delimitará el procedimiento a seguir conjuntamente con la Cámara Provincial de Turismo en este caso (CAPTUR), Súper Intendencia Compañías, Municipio, Registro Mercantil, SRI. El procedimiento se resume en el siguiente flujograma y a continuación se detalla todos los requisitos de cada uno de los pasos a seguir:





**Fuente:** MINTUR 2015

**Elaborado:** Jenny Duque Medina

### 2.5.1.1 Acta de constitución

Se la considera como el acta o partida de nacimiento de la empresa que se está formando o constituyendo, en la cual debe constar que tipo de organización va ser (para este caso en específico se definiría como una **COMPAÑÍA LIMITADA**) la misma que se forma entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales de dicha compañía, realizan la comercialización bajo una razón social a la que se agregarán, las palabra "Compañía Limitada" o su abreviatura correspondiente, de este modo la empresa podrá ser legalizada y notificada en el Registro Mercantil.

**Tabla 60.** Acta de Constitución

<b>DATOS IMPORTANTES TOMADOS EN CUENTA PARA EN ACTA DE CONSTITUCIÓN</b>	
<b>Datos Empresariales</b>	Nombre de la Razón Social Fecha de constitución Dirección Actividad Imponible Duración
<b>Datos de los Socios</b>	Nombre de los socios Número de cédula de identidad o pasaporte Estado civil Nacionalidad Profesión de cada socio Dirección de cada socio
<b>Capital de cada Socios</b>	Aporte de cada socio Descripción del balance de situación inicial Número de acciones

**Elaborado:** Jenny Duque Medina

### 2.5.1.2 RUC: Registro Único de Contribuyentes

El Ruc es un documento indispensable a la hora de emprender un negocio, este se lo puede obtener en el SRI, sirve para el control y registro de los impuestos, se realiza una pre registro vía internet, seguidamente se acude al SRI para realizar el trámite con todos los documentos de la creación de la empresa que es el respaldo de que es una empresa legal, por tal motivo este es el último documento que se debe realizar.

### 2.5.1.3 Requisitos Legales Adicionales

Para la respectiva autorización del funcionamiento de proyectos hoteleros se necesita la siguiente documentación:

- Referencias de la compañía, inversión y financiamiento
- Planos Arquitectónicos debidamente legalizados, que incluya la superficie del área destinada para la construcción, capacidad del área operativa y administrativa.
- Permiso de Bomberos
- Permiso de la intendencia de Policía
- Permiso Sanitario
- Documento del IEPI ( Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual)

#### **2.5.1.4 Licencia Anual de Funcionamiento**

De acuerdo a la pág. web del Ministerio de Turismo:

Todos los establecimientos que se encuentran registrados en el Ministerio de Turismo tiene la obligación de poseer y renovar la Licencia Anual de Funcionamiento hasta los sesenta primeros días del año.

De acuerdo al Art. 55 del Reglamento General a la Ley de Turismo que dice: Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

Para la obtención de esta Licencia Única de Funcionamiento se debe presentar la correspondiente solicitud en el Ministerio de Turismo en el caso de Quito o al organismo Rector en el caso de otras provincias, los requisitos son los siguientes:

- Título notariado donde se define legalmente a creación del Centro de Retiro Espiritual
- Su correspondiente razón Social AFTAN AMEYA SPA RESORT Cía. Ltda. Como empresa en el que consta lo siguiente:
  - Copia de escritura pública de constitución
  - Estatuto de la Empresa
  - Nombre y número de los socios
  - Identificación de los socios
  - Tiempo de duración de la empresa
  - Aportación de los socios
  - Razón social
  - Afiliación al CAPTUR

- Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.(Formulario del Ministerio de Turismo)
- Lista de precios ofertados

#### **2.5.1.5 Registro en el Ministerio de Turismo**

Dentro de la Ley de Turismo, se consideran actividades turísticas las siguientes:

- 1) Alojamiento: Hotel, Hostal, Hostería, Pensión, Motel, Cabaña, Refugio, Albergue, Apartamento Turístico, Camping, Ciudades vacacionales.
- 2) Alimentos y Bebidas: Bares, Restaurantes, Cafeterías, Fuentes de Soda.
- 3) Agencias de Viajes: Mayorista, Internacional, Operadora, Dual.
- 4) Recreación, Diversión y Esparcimiento o de Reuniones, Parques de Atracciones  
Estables: bolera, centro de convenciones, centro de recreación turística, discoteca, organizador de eventos, peña, pista de patinaje, sala de baile, sala de recepciones y banquetes, termas y balnearios.
- 5) Transporte Turístico: Líneas de Transporte Aéreo Nacional e Internacional, Servicio de Transporte Terrestre Turístico, Alquiler de Automóviles (Rent a Car)

El Registro Turístico es la inscripción del prestador de servicios turísticos previo a la obtención de la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE) al inicio de sus actividades, y que debe hacerlo por una sola en las oficinas de Quito Turismo. En este registro se establece la clasificación y categoría del establecimiento y se le asigna un número de identificación que permite darle seguimiento a futuro. El Certificado de Registro Turístico es la herramienta de gestión administrativa en la que se encuentran inscritas todas las personas naturales, jurídicas o comunidades que

realicen actividades turísticas, se lo emite por una sola vez a cada establecimiento turístico, siempre y cuando no exista un cambio de propietario. (Quito-turismo, 2014).

### **2.5.1.6 Cámara Provincial de Turismo CAPTUR**

Como estamos hablando de un establecimiento hotelero que va a brindar servicio de alojamiento y alimentación, es imprescindible la afiliación al CAPTUR, para lo cual se debe llenar el formulario y entregarlo con los siguientes documentos:

- Copia del nombramiento de Gerente o Presidente.
- Copia del RUC.
- Copia del Certificado de Registro del Ministerio de Turismo.
- Copia del último aumento de capital (si hubiese alguno)
- Copia de la Escritura de constitución de la compañía.
- Cancelar la cuota de afiliación (por tres meses adelantado)

Con la reunión de los documentos antes detallados, más la copia del registro de la compañía de turismo en el Ministerio de Turismo se acerca a la Cámara respectiva para la afiliación definitiva. Y de este modo la compañía limitada esta lista para su funcionamiento la duración de este proceso varía entre tres semanas a un mes aproximadamente.

## **2.6 Resumen de la inversión para el proyecto**

### **2.6.1 Presupuesto de imprevistos del proyecto.**

Para salvaguardar la presentación de rubros no estimados y reducir los riesgos de estimaciones erróneas, se destinará un margen de imprevistos para el proyecto del 2% del total de la inversión de los activos fijos estimados en el estudio técnico, lo que resulta en \$35.100.

### 2.6.2 Capital de Trabajo.

El capital de trabajo son aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar a corto plazo. Aftan Ameya para poder operar, requiere de recursos para cubrir sus necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo, durante el horizonte de planeación determinado. Para el proyecto se ha destina un previsto de 60 días.

**Tabla 61. Capital de Trabajo**

CONCEPTO	COSTO ANUAL	COSTO DIARIO	CAPITAL DE TRABAJO
<b>COSTO</b>			
Costos de la Materia Prima	557.775,00	1.549,38	92.962,50
Salario Mano de Obra	100.448,07	279,02	16.741,34
Gastos de Mantenimiento	2.315,84	6,43	385,97
Servicios Básicos	3.900,00	10,83	650,00
<b>GASTO ADMINISTRATIVO Y DE VENTAS</b>			
Salarios Administrativos	82.900,83	230,28	13.816,81
Servicios Básicos	2.100,00	5,83	350,00
Útiles de Oficina	1.658,02	4,61	276,34
Publicidad	4.350,00	12,08	725,00
<b>TOTAL</b>	<b>755.447,75</b>	<b>2.098,47</b>	<b>125.907,96</b>
<b>Periodo de conversión</b>	<b>60</b>	<b>días</b>	

Elaborado: Jenny Duque Medina

El Capital de Trabajo determinado para el proyecto en un periodo de 60 días es de \$125.907,96.

### 2.6.3 Presupuesto de Financiamiento de la Inversión

Una vez considerados todos los rubros y requerimientos para el proyecto, se procederá a detallar el financiamiento de la inversión, así como el porcentaje de participación de los socios en el proyecto, cabe recalcar que Aftan Ameya contará con el aporte de 3 socios para la puesta en marcha del negocio. El financiamiento se lo gestionará con la CFN, esto ya que por la naturaleza del proyecto (Turístico) y por las facilidades que esta entidad brinda para este tipo de proyectos, será este el financiamiento a canalizar.



El Turismo es uno de los proyectos especiales priorizados por el Gobierno Nacional y la Corporación Financiera Nacional. El objetivo es estimular inversión productiva responsable y rentable en el sector Turismo como un factor de desarrollo y crecimiento económico, que estimule la generación de empleo, dinamice las economías locales y orientadas a mejorar la posición competitiva del colectivo turístico de los destinos. Como banca pública de desarrollo y empresarial la CFN financia proyectos productivos innovadores de inversión turística que sean económicamente rentables, socialmente incluyentes y ambientalmente responsables, de gran impacto y que provoquen una cadena de valor en los territorios.

### **Condiciones del Crédito.**

#### **Monto**

- Desde USD 50.000,00 (La amortización se traduce en pagos mensuales, trimestrales o semestrales de acuerdo al flujo de caja).

- Máximo a financiar por parte de CFN (en porcentajes de la inversión total), dependiendo del nivel de riesgo del sector.

- a. Para proyectos nuevos hasta un 70%

- b. Para proyectos en marcha hasta un 100%

#### **Plazo**

- Activo Fijo: hasta 10 años en función del Flujo de Caja

- Capital de trabajo: Hasta 3 años en función del Flujo de Caja

#### **Período de Gracia**

- En función del Flujo de Caja y conforme a la naturaleza del negocio.

#### **Tasa de Interés**

- PYME (monto hasta 200.000) Desde 9,75% - hasta 11,15%

- SECTOR EMPRESARIAL (monto hasta USD 1 millón) Desde 9,0% - hasta 9,50%

- SECTOR CORPORATIVO (monto mayor a USD1 millón) Desde 8% - hasta 8,15%

**Tabla 62. Resumen Inversión y Financiamiento**

CONCEPTO	VALOR DE INVERSION	APORTE SOCIO 1	APORTE SOCIO 2	APORTE SOCIO 3	TOTAL APORTE	% APORTE SOCIOS	MONTO FINANCIADO	%
<b>TERRENO</b>	480.000,00	480.000,00			480.000,00	100%	-	0%
<b>GASTOS PREOPERATIVOS</b>	5.600,00	1.866,67	1.866,67	1.866,67	5.600,00	100%	-	0%
<b>CONSTRUCCION EDIFICACIÓN</b>	1.114.400,00	26.666,67	26.666,67	26.666,67	80.000,00	7%	1.034.400,00	93%
<b>MOBILIARIOS Y DECORACIÓN</b>	102.740,69		35.000,00		35.000,00	34%	67.740,69	66%
<b>EQUIPAMIENTO Y MAQUINARIA</b>	24.433,00			10.000,00	10.000,00	41%	14.433,00	59%
<b>MENAJE Y EQUIPO MENOR</b>	3.463,00	1.500,00			1.500,00	43%	1.963,00	57%
<b>FLOTA DE VEHICULOS</b>	30.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	3.000,00	10%	27.000,00	90%
<b>PRESUPUESTO IMPREVISTOS</b>	35.100,00				-	0%	35.100,00	100%
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	207.815,46				-	0%	207.815,46	100%
<b>TOTAL DE INVERSION</b>	2.003.552,15				615.100,00		1.388.452,15	
<b>% INTERVENCIÓN DE CADA FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>100%</b>	<b>511.033,33</b>	<b>64.533,33</b>	<b>39.533,33</b>	<b>31%</b>		<b>69%</b>	

Elaborado por: Jenny Duque Medina

**Tabla 63. Financiamiento Crédito CFN**

CONCEPTO	MONTO A FINANCIAR
<b>Valor de Crédito</b>	1'388.452,15
<b>Tasa de Interés</b>	8,15%
<b>Plazo de Deuda</b>	10
<b>Periodos</b>	20 semestral
<b>Total de Cuotas</b>	20
<b>Garantía</b>	Terreno
<b>Valor a pagar primer Año</b>	<b>56.579,43</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

Ver tabla de amortización del Crédito en Anexos.

## **CAPÍTULO 3. RESULTADOS**

### **3.1 ESTUDIO FINANCIERO**

#### **3.1.1 Proyección de Ventas, Costos y Gastos.**

Para la proyección de ventas se estableció un precio promedio ponderado de los paquetes ofertados de USD 468,00, teniendo en cuenta la capacidad instalada existente de 70 personas al día y en función de la ocupación estimada en la demanda real (69,60%).

Se estableció que la duración de los paquetes respectivamente es de 4 noches para el paquete Ayurveda y de 2 noches para el paquete romántico, por lo tanto el centro de retiro espiritual puede vender este producto un total de 485 veces dentro de un mes, de los cuales se debe proyectar de acuerdo al porcentaje de ocupación obtenido del estudio de mercado (69,60%) de este modo se obtendría un total de 338 paquetes en total vendidos al mes.

#### **3.1.1.1 Presupuesto de Ingresos.**

**Tabla 64. Paquetes vendidos mensual y anualmente**

Paquetes	unidades mensuales	Costo Materia Prima	% ocupación ponderado	Total Paquetes Mensuales
Ayurveda	10	18,00	69,60%	7
Romántico	475	140,40	69,60%	331
<b>TOTAL</b>	<b>485</b>			<b>338 unidades</b>
<b>PRECIO PROMEDIO PONDERADO</b>				
<b>CONCEPTO</b>			<b>MONTO DE VENTA MENSUAL</b>	<b>MONTO ANUAL</b>
Paquetes 1 y 2		\$468,00	\$157.978,08	\$1'895.736,96
		<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>\$157.978,08</b>	<b>\$1'895.736,96</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

**Tabla 65. Proyección de Ventas de acuerdo a la OCC mensual.**

TEMPORALIDAD ANUAL EN VENTAS													
CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL
OCUPACIÓN	20%	20%	20%	40%	30%	30%	65%	70%	37%	20%	25%	65%	442%
VENTAS PAQUETES 1 Y 2	31.595,62	31.595,62	31.595,62	63.191,23	47.393,42	47.393,42	102.685,75	110.584,66	58.451,89	31.595,62	39.494,52	102.685,75	698.263,11
<b>TOTAL</b>	<b>31.595,62</b>	<b>31.595,62</b>	<b>31.595,62</b>	<b>63.191,23</b>	<b>47.393,42</b>	<b>47.393,42</b>	<b>102.685,75</b>	<b>110.584,66</b>	<b>58.451,89</b>	<b>31.595,62</b>	<b>39.494,52</b>	<b>102.685,75</b>	<b>698.263,11</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

**Tabla 66. Proyección de Ventas Anual**

PRESUPUESTO DE INGRESOS ANUALES					
CONCEPTO /AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS PAQUETES 1 Y 2	698.263,11	768.089,42	844.898,37	929.388,20	1.022.327,02
<b>TOTAL</b>	<b>698.263,11</b>	<b>768.089,42</b>	<b>844.898,37</b>	<b>929.388,20</b>	<b>1.022.327,02</b>
% de crecimiento anual	10%				

Elaborado por: Jenny Duque Medina

### 3.1.1.2 Presupuesto de Egresos o Costos.

**Tabla 67. Presupuesto de Materia Prima**

Paquetes	Unidades mensuales	Costo Materia Prima	% ocupación ponderado	Total Paquetes al mes	Costo Mensual
<b>Ayurveda</b>	10	18,00	69,6%	7	125,28
<b>Romántico</b>	475	140,40	69,6%	331	46.416,24
<b>TOTAL</b>	<b>485</b>			<b>338</b>	<b>46.541,52</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

**Tabla 68. Proyección de Costos de acuerdo a la OCC mensual.**

TEMPORALIDAD ANUAL													
CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL
<b>OCUPACIÓN</b>	20%	20%	20%	40%	30%	30%	65%	70%	37%	20%	25%	65%	442%
<b>Costo Paquetes Ayurveda y Romántico</b>													
	9.308,30	9.308,30	9.308,30	18.616,61	13.962,46	13.962,46	30.251,99	32.579,06	17.220,36	9.308,30	11.635,38	30.251,99	205.713,52
<b>TOTAL</b>	4948,38	4948,38	4948,38	9896,76	7422,57	7422,57	16082,24	17319,33	9154,503	4948,38	6185,48	16082,24	109359,20

Elaborado por: Jenny Duque Medina

**Tabla 69. Proyección anual de costos**

PROYECCION DE COSTOS					
CONCEPTO / AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Costo Paquetes Ayurveda y Romántico</b>	205.713,52	226.284,87	248.913,36	273.804,69	301.185,16
<b>TOTAL</b>	<b>205.713,52</b>	<b>226.284,87</b>	<b>248.913,36</b>	<b>273.804,69</b>	<b>301.185,16</b>
<b>% de crecimiento anual</b>	10%				

Elaborado por: Jenny Duque Medina

## 3.1.1.3 Presupuesto de Mano de Obra Directa.

Tabla 70. Presupuesto de Mano de Obra Directa

CARGO	NUMERO DE PUESTOS	MONTO MENSUAL POR PUESTO	MONTO MENSUAL TOTAL	APORTE PATRONAL 11,15%	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Masajistas	2	400,00	800,00	89,20	59,00	66,67	1.014,87	12.178,40
Maestros de Meditación	1	400,00	400,00	44,60	29,50	33,33	507,43	6.089,20
Maestros de Ayurveda	1	500,00	500,00	55,75	29,50	41,67	626,92	7.523,00
Chef	1	600,00	600,00	66,90	29,50	50,00	746,40	8.956,80
Ayudantes de Cocina	2	356,00	712,00	79,39	59,00	59,33	909,72	10.916,66
Stewart	1	357,00	357,00	39,81	29,50	29,75	456,06	5.472,67
Meseros	2	356,00	712,00	79,39	59,00	59,33	909,72	10.916,66
Recepcionistas	2	358,00	716,00	79,83	59,00	59,67	914,50	10.974,01
Lead de Reservas	1	358,00	358,00	39,92	29,50	29,83	457,25	5.487,00
Recepcionista Nocturno	1	359,00	359,00	40,03	29,50	29,92	458,45	5.501,34
Encargado de lavandería	1	358,00	358,00	39,92	29,50	29,83	457,25	5.487,00
Camareras	2	357,00	714,00	79,61	59,00	59,50	912,11	10.945,33
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>4.759,00</b>	<b>6.586,00</b>	<b>734,34</b>	<b>501,50</b>	<b>548,83</b>	<b>8.370,67</b>	<b>100.448,07</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

**Tabla 71. Proyección Anual Mano de Obra Directa**

<b>CARGO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Masajistas</b>	12.178,40	12.671,63	13.184,83	13.718,81	14.274,42
<b>Maestros de Meditación</b>	6.089,20	6.335,81	6.592,41	6.859,41	7.137,21
<b>Maestros de Ayurveda</b>	7.523,00	7.827,68	8.144,70	8.474,56	8.817,78
<b>Chef</b>	8.956,80	9.319,55	9.696,99	10.089,72	10.498,35
<b>Ayudantes de Cocina</b>	10.916,66	11.358,78	11.818,81	12.297,47	12.795,52
<b>Steward</b>	5.472,67	5.694,31	5.924,93	6.164,89	6.414,57
<b>Meseros</b>	10.916,66	11.358,78	11.818,81	12.297,47	12.795,52
<b>Recepcionistas</b>	10.974,01	11.418,46	11.880,90	12.362,08	12.862,74
<b>Lead de Reservas</b>	5.487,00	5.709,23	5.940,45	6.181,04	6.431,37
<b>Recepcionista Nocturno</b>	5.501,34	5.724,15	5.955,97	6.197,19	6.448,18
<b>Encargado de lavandería</b>	5.487,00	5.709,23	5.940,45	6.181,04	6.431,37
<b>Camareras</b>	10.945,33	11.388,62	11.849,86	12.329,78	12.829,13
<b>TOTAL</b>	100.448,07	104.516,21	108.749,12	113.153,46	117.736,18
<b>porcentaje de crecimiento</b>	4,05%				
<b>De acuerdo a inflación anual BCE</b>					

Elaborado por: Jenny Duque Medina

## 3.1.1.4 Presupuesto de Mano de Obra Indirecta.

Tabla 72. Presupuesto de Mano de Obra Indirecta

CARGO	NUMERO DE PUESTOS	MONTO MENSUAL POR PUESTO	MONTO MENSUAL TOTAL	APORTE PATRONAL 11,15%	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Jefe Operativo	1	650,00	650,00	72,48	29,50	54,17	806,14	9.673,70
Jefe de Meditación y SPA	1	600,00	600,00	66,90	29,50	50,00	746,40	8.956,80
Jefatura de Recepción	1	700,00	700,00	78,05	29,50	58,33	865,88	10.390,60
Chofer	1	354,00	354,00	39,47	29,50	29,50	452,47	5.429,65
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>2.304,00</b>	<b>2.304,00</b>	<b>256,90</b>	<b>118,00</b>	<b>192,00</b>	<b>2.870,90</b>	<b>34.450,75</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

Tabla 73. Proyección anual de Mano de Obra Indirecta

CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Jefe Operativo	9.673,70	10.065,48	10.473,14	10.897,30	11.338,64
Jefe de Meditación y SPA	8.956,80	9.319,55	9.696,99	10.089,72	10.498,35
Jefatura de Recepción	10.390,60	10.811,42	11.249,28	11.704,88	12.178,93
Chofer	5.429,65	5.649,55	5.878,36	6.116,43	6.364,15
<b>TOTAL</b>	<b>34.450,75</b>	<b>35.846,01</b>	<b>37.297,77</b>	<b>38.808,33</b>	<b>40.380,07</b>
porcentaje de crecimiento	4,05%				
De acuerdo a inflación anual BCE					

Elaborado por: Jenny Duque Medina



### 3.1.1.5 Presupuesto de Insumos Indirectos.

Para la operación se ha estimado un 65% de uso de los servicios básicos para el área operativa.

**Tabla 74. Proyección de Insumos Indirectos**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz Eléctrica	1.170,00	1.217,39	1.266,69	1.317,99	1.371,37
Agua Potable	936,00	973,91	1.013,35	1.054,39	1.097,09
Teléfono	780,00	811,59	844,46	878,66	914,25
Internet	624,00	649,27	675,57	702,93	731,40
Telefonía Celular	390,00	405,80	422,23	439,33	457,12
<b>TOTAL</b>	<b>3.900,00</b>	<b>4.057,95</b>	<b>4.222,30</b>	<b>4.393,30</b>	<b>4.571,23</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

### 3.1.1.6 Presupuesto de Mantenimiento.

Para el cálculo del costo de mantenimiento se utilizó el rubro de activos fijos que se deprecian, estimando una vida útil de 10 años con un 10% por cada año de operación. Para el crecimiento anual se utilizó el porcentaje de inflación vigente.

**Tabla 75. Proyección de Mantenimiento**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento	2.315,84	2.409,63	2.507,22	2.608,76	2.714,42
<b>TOTAL</b>	<b>2.315,84</b>	<b>2.409,63</b>	<b>2.507,22</b>	<b>2.608,76</b>	<b>2.714,42</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

### 3.1.1.7 Presupuesto de gastos administrativos.

Este rubro corresponde a los gastos originados por las actividades administrativas y de ventas del proyecto. Se conforma de Sueldos y salarios administrativos, gastos de representación, servicios básicos, útiles de oficina, alquileres, etc.

#### 3.1.1.7.1 Servicios Básicos Administración.

**Tabla 76. Proyección Servicios Básicos Administrativos**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Luz Eléctrica</b>	630,00	655,52	682,06	709,69	738,43
<b>Agua Potable</b>	504,00	524,41	545,65	567,75	590,74
<b>Teléfono</b>	420,00	437,01	454,71	473,12	492,29
<b>Internet</b>	336,00	349,61	363,77	378,50	393,83
<b>Telefonía Celular</b>	210,00	218,51	227,35	236,56	246,14
<b>TOTAL</b>	<b>2.100,00</b>	<b>2.185,05</b>	<b>2.273,54</b>	<b>2.365,62</b>	<b>2.461,43</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

### 3.1.1.7.2 Materiales de Oficina.

**Tabla 77. Proyección Materiales de Oficina**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Materiales y Útiles de Oficina</b>	1.658,02	1.725,17	1.795,04	1.867,73	1.943,38

Elaborado por: Jenny Duque Medina

### 3.1.1.7.3 Sueldos y Salarios Administrativos.

Para el cálculo de la mano de obra del personal administrativo hemos tomado en cuenta los sueldos, el décimo tercero, el décimo cuarto, y el aporte al IESS lo cual se convierte en el principal gasto de la empresa.

**Tabla 78. Presupuesto de Salarios Administrativos.**

CARGO	NUMERO DE PUESTOS	MONTO MENSUAL POR PUESTO	MONTO MENSUAL TOTAL	APORTE PATRONAL 11,15%	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gerente	1	1.000,00	1.000,00	111,50	29,50	83,33	1.224,33	14.692,00
Secretaria de gerencia	1	362,00	362,00	40,36	29,50	30,17	462,03	5.544,36
Jefe de Recursos Humanos	1	700,00	700,00	78,05	29,50	58,33	865,88	10.390,60
Guardias	2	357,00	714,00	79,61	59,00	59,50	912,11	10.945,33
Jefe Financiero	1	700,00	700,00	78,05	29,50	58,33	865,88	10.390,60
Auditor	1	450,00	450,00	50,18	29,50	37,50	567,18	6.806,10
Jefe de Mantenimiento	1	600,00	600,00	66,90	29,50	50,00	746,40	8.956,80
Auxiliar de Mantenimiento	1	359,00	359,00	40,03	29,50	29,92	458,45	5.501,34
Jefe de Ventas y Marketing	1	650,00	650,00	72,48	29,50	54,17	806,14	9.673,70
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>5.178,00</b>	<b>5.535,00</b>	<b>617,15</b>	<b>295,00</b>	<b>461,25</b>	<b>6.908,40</b>	<b>82.900,83</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

**Tabla 79. Proyección de Salarios Administrativos**

CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	14.692,00	15.287,03	15.906,15	16.550,35	17.220,64
Secretaria de gerencia	5.544,36	5.768,90	6.002,54	6.245,65	6.498,59
Jefe de Recursos Humanos	10.390,60	10.811,42	11.249,28	11.704,88	12.178,93
Guardias	10.945,33	11.388,62	11.849,86	12.329,78	12.829,13
Jefe Financiero	10.390,60	10.811,42	11.249,28	11.704,88	12.178,93
Auditor	6.806,10	7.081,75	7.368,56	7.666,98	7.977,50
Jefe de Mantenimiento	8.956,80	9.319,55	9.696,99	10.089,72	10.498,35
Auxiliar de Mantenimiento	5.501,34	5.724,15	5.955,97	6.197,19	6.448,18
Jefe de Ventas y Marketing	9.673,70	10.065,48	10.473,14	10.897,30	11.338,64
<b>TOTAL</b>	<b>82.900,83</b>	<b>86.258,31</b>	<b>89.751,78</b>	<b>93.386,72</b>	<b>97.168,88</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

### 3.1.1.8 Presupuesto de Gastos de Ventas.

Son los rubros que se generan de la promoción de ventas y la publicidad de la empresa.

**Tabla 80. Proyección de Gastos de Ventas.**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Gastos de Ventas</b>	4.350,00	4.526,18	4.709,49	4.900,22	5.098,68

Elaborado por: Jenny Duque Medina

### 3.1.2 Proyección de Costos y Gastos.

**Tabla 81. Proyección de Costos y Gastos**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b><i>COSTOS</i></b>	<b>346.828,18</b>	<b>373.114,67</b>	<b>401.689,77</b>	<b>432.768,55</b>	<b>466.587,05</b>
<b><i>COSTOS DIRECTOS</i></b>	<b>306.161,59</b>	<b>330.801,08</b>	<b>357.662,48</b>	<b>386.958,15</b>	<b>418.921,34</b>
<b>Materia Prima</b>	205.713,52	226.284,87	248.913,36	273.804,69	301.185,16
<b>Mano de Obra Directa</b>	100.448,07	104.516,21	108.749,12	113.153,46	117.736,18
<b><i>COSTOS INDIRECTOS</i></b>	<b>40.666,59</b>	<b>42.313,59</b>	<b>44.027,29</b>	<b>45.810,39</b>	<b>47.665,72</b>
<b>Insumos (Servicios Básicos)</b>	3.900,00	4.057,95	4.222,30	4.393,30	4.571,23
<b>Costo de Mantenimiento</b>	2.315,84	2.409,63	2.507,22	2.608,76	2.714,42
<b>Mano de Obra Indirecta</b>	34.450,75	35.846,01	37.297,77	38.808,33	40.380,07
<b><i>GASTOS ADMINISTRATIVOS</i></b>	<b>161.405,41</b>	<b>164.915,09</b>	<b>168.566,91</b>	<b>170.814,64</b>	<b>174.768,25</b>
<b>Servicios Básicos</b>	2.100,00	2.185,05	2.273,54	2.365,62	2.461,43
<b>Materiales y Útiles de Oficina</b>	1.658,02	1.725,17	1.795,04	1.867,73	1.943,38
<b>Remuneración Administrativa</b>	82.900,83	86.258,31	89.751,78	93.386,72	97.168,88
<b>Amortizaciones</b>	1.120,00	1.120,00	1.120,00	1.120,00	1.120,00
<b>Depreciaciones</b>	73.626,56	73.626,56	73.626,56	72.074,56	72.074,56
<b><i>GASTOS DE VENTAS</i></b>	<b>4.350,00</b>	<b>4.526,18</b>	<b>4.709,49</b>	<b>4.900,22</b>	<b>5.098,68</b>
<b>Publicidad</b>	4.350,00	4.526,18	4.709,49	4.900,22	5.098,68
<b><i>GASTOS FINANCIEROS</i></b>	<b>113.158,85</b>	<b>110.329,88</b>	<b>99.013,99</b>	<b>87.698,11</b>	<b>76.382,22</b>
<b>Interés Financiamiento CFN</b>	113.158,85	110.329,88	99.013,99	87.698,11	76.382,22
<b><i>TOTAL COSTOS Y GASTOS</i></b>	<b>625.742,43</b>	<b>652.885,82</b>	<b>673.980,16</b>	<b>696.181,52</b>	<b>722.836,20</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

### 3.1.3 Estado de Resultados.

El estado de resultados o estado de ganancias y pérdidas, es un estado financiero que muestra detalladamente los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que se genera en el horizonte de planeación de la empresa.

**Tabla 82. ESTADO DE RESULTADOS**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>	<b>698.263,11</b>	<b>768.089,42</b>	<b>844.898,37</b>	<b>929.388,20</b>	<b>1.022.327,02</b>
(+)Ingresos por Ventas	698.263,11	768.089,42	844.898,37	929.388,20	1.022.327,02
<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>346.828,18</b>	<b>373.114,67</b>	<b>401.689,77</b>	<b>432.768,55</b>	<b>466.587,05</b>
(-)Costos Directos	306.161,59	330.801,08	357.662,48	386.958,15	418.921,34
(-)Costos Indirectos	40.666,59	42.313,59	44.027,29	45.810,39	47.665,72
<b>(=)UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>351.434,94</b>	<b>394.974,75</b>	<b>443.208,60</b>	<b>496.619,66</b>	<b>555.739,97</b>
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>91.008,85</b>	<b>94.694,70</b>	<b>98.529,84</b>	<b>102.520,30</b>	<b>106.672,37</b>
(-)Gastos de Administración	86.658,85	90.168,53	93.820,36	97.620,08	101.573,69
(-)Gastos de Ventas	4.350,00	4.526,18	4.709,49	4.900,22	5.098,68
<b>(=)UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>260.426,09</b>	<b>300.280,05</b>	<b>344.678,76</b>	<b>394.099,36</b>	<b>449.067,60</b>
(-)Gastos Financieros	113.158,85	110.329,88	99.013,99	87.698,11	76.382,22
(-)Depreciación	73.626,56	73.626,56	73.626,56	72.074,56	72.074,56
(-)Amortización	1.120,00	1.120,00	1.120,00	1.120,00	1.120,00
<b>(=)UTILIDAD O PERDIDA DE OPERACIÓN ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACION</b>	<b>72.520,68</b>	<b>115.203,61</b>	<b>170.918,21</b>	<b>233.206,69</b>	<b>299.490,82</b>
(-)Participación de Trabajadores (15%)	10.878,10	17.280,54	25.637,73	34.981,00	44.923,62
<b>(=)UTILIDAD ANTES DE IMP. RENTA</b>	<b>61.642,58</b>	<b>97.923,07</b>	<b>145.280,48</b>	<b>198.225,68</b>	<b>254.567,20</b>
(-)Impuesto a la Renta (22%)	13.561,37	21.543,07	31.961,71	43.609,65	56.004,78
<b>(=)UTILIDAD NETA</b>	<b>48.081,21</b>	<b>76.379,99</b>	<b>113.318,77</b>	<b>154.616,03</b>	<b>198.562,41</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

### 3.1.4 Flujo de Fondos.

**Tabla 83. FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO**

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(=)Utilidad Neta		48.081,21	76.379,99	113.318,77	154.616,03	198.562,41
(+)Depreciaciones		73.626,56	73.626,56	73.626,56	72.074,56	72.074,56
(+)Amortización		1.120,00	1.120,00	1.120,00	1.120,00	1.120,00
(+)Valor Residual de Activos						871.756,79
(-)INVERSION	- 2.003.552,15					
(-)Activo Fijo	- 1.790.136,69					
(-)Activo Diferido	-5.600,00					
(-)Capital de Trabajo	- 207.815,46					
(+)Financiamiento	1.388.452,15					
(-)Amortización del Crédito		-	-138.845,21	- 138.845,21	- 138.845,21	- 138.845,21
(+)Recuperación del Capital de Trabajo						207.815,46
(=)FLUJO DE CAJA	-\$ 615.100,00	\$122.827,77	\$12.281,34	\$49.220,12	\$88.965,38	\$1.212.484,01

Elaborado por: Jenny Duque Medina

### 3.1.5 Análisis VAN.

El Valor Actual Neto permite medir los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá el proyecto, para determinar, si luego de deducir la inversión inicial, se obtiene ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

Para efectuar al cálculo del VAN es necesario determinar la Tasa de Oportunidad o la TMAR del proyecto, a continuación se detalla del cálculo mediante el método WACC.

$$\text{WACC} = K_e (\% \text{capital propio}) + K_d (1-T) (\% \text{deuda})$$

Donde:

Ke (Tasa de oportunidad de mercado):	13,50%
Kd (Tasa efectiva del crédito)	8,3161%
% Capital Propio:	31%
% Financiamiento:	69%
T Tasa Riesgo país:	36,25%

WACC: 7,84%

Tabla 84. Cálculo del VAN

DATOS		VALORES				
Numero de Periodos		5				
Tipo de Periodo		Anual				
Tasa de Descuento		7,84%				
	PERIODOS ANUALES					
DETALLE	0	1	2	3	4	5
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO PROYECTADO</b>						
	-\$	\$	\$	\$	\$	\$
	615.100,00	122.827,77	12.281,34	49.220,12	88.965,38	1.212.484,01

Tabla Valor actual Neto			
N°	FNE	(1+i) <sup>n</sup>	FNE/(1+i) <sup>n</sup>
0	- 615.100,00		- 615.100,00
1	122.827,77	1,08	113.894,94
2	12.281,34	1,16	10.559,94
3	49.220,12	1,25	39.243,36
4	88.965,38	1,35	65.773,73
5	1.212.484,01	1,46	831.218,73
<b>TOTAL</b>			<b>445.590,70</b>
		<b>VAN</b>	<b>\$445.590,70</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

**Análisis:** El VAN del proyecto es positivo por ende el proyecto es viable.

### 3.1.6 Análisis TIR.

La Tasa Interna de Retorno es la tasa de descuento del proyecto de inversión que permite que el Valor actual del flujo de Caja sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima tasa de descuento que puede tener un proyecto para que sea rentable.

Para hallar la TIR hacemos uso de la fórmula del VAN, sólo que en vez de hallar el VAN (el cual reemplazamos por 0), estaríamos hallando la tasa de descuento:

$$\text{VAN} = \text{VALOR ACTUAL DEL FLUJO DE CAJA} - \text{INVERSIÓN}$$

**Tabla 85. Cálculo del TIR**  
**Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Tasa de Descuento	VAN
0%	\$870.678,61
4%	\$606.720,67
9%	\$400.661,19
13%	\$238.013,36
18%	\$108.309,18
22%	\$3.884,62
27%	-\$80.939,97
31%	-\$150.421,36
36%	-\$207.783,51
40%	-\$255.492,13
45%	-\$295.450,35
49%	-\$329.139,74
53%	-\$357.723,01
<b>TIR</b>	<b>22,4603%</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

### 3.1.7 Relación Beneficio – Costo

Este indicador financiero determina la rentabilidad de la inversión, es decir cuánto obtenemos por cada dólar invertido en el proyecto de Aftan Ameya SPA&Resort.

Para el cálculo utilizaremos la siguiente formula:

$$\text{RBC} = \frac{\text{Valor actual del flujo de caja}}{\text{Valor de Inversión}}$$



**Tabla 86. Relación Beneficio Costo**

AÑO	INGRESOS	COSTOS	FLUJO DE EFECTIVO	TASA	INGRESOS ACTUALES	EGRESOS ACTUALES
0		615.100,00	- 615.100,00	1,000	-	615.100,00
1	698.263,11	437.837,03	260.426,09	0,918	641.137,74	402.017,28
2	768.089,42	467.809,38	300.280,05	0,843	647.554,42	394.396,82
3	844.898,37	500.219,61	344.678,76	0,774	654.035,31	387.219,69
4	929.388,20	535.288,85	394.099,36	0,711	660.581,07	380.467,15
5	1.022.327,02	573.259,42	449.067,60	0,653	667.192,34	374.121,28
<b>TOTAL</b>	<b>4.262.966,13</b>	<b>3.129.514,28</b>	<b>1.133.451,85</b>		<b>3.270.500,88</b>	<b>2.553.322,23</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

<b>RBC</b>	<b>1,28</b>
------------	-------------

**Análisis:** Aftan Ameya por cada dólar invertido genera 0,28 centavos de rentabilidad.

### 3.1.8 Periodo de recuperación de la Inversión.

Este indicador determina el tiempo en qué el proyecto recuperará la inversión.

**Tabla 87. Periodo de recuperación de la inversión**

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	TASA	FLUJO A VP ACTUAL	FLUJO ACUMULADO
1	122.827,77	0,92	112.779,15	112.779,15
2	12.281,34	0,84	10.354,05	123.133,20
3	49.220,12	0,77	38.101,26	161.234,46
4	88.295,38	0,71	62.757,69	223.992,15
5	1.212.484,01	0,65	791.292,83	
<b>Inversión Inicial</b>	1.795.736,69			
<b>Último Flujo</b>	791.292,83			
<b>Por Recuperar</b>	1.571.744,54			
<b>PR: años</b>	1,99			

Elaborado por: Jenny Duque Medina

**PR: = 4 AÑOS FLUJO + PR: años 1,99 = 6 años**

**Análisis:** se obtiene que el proyecto recuperará la inversión al 6 año de operaciones.

### 3.1.9 Punto de Equilibrio del proyecto.

Se determina cuando encontramos cuántas unidades o en este caso paquetes son necesarios vender para cubrir nuestros costos y gastos. A continuación determinamos mediante la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

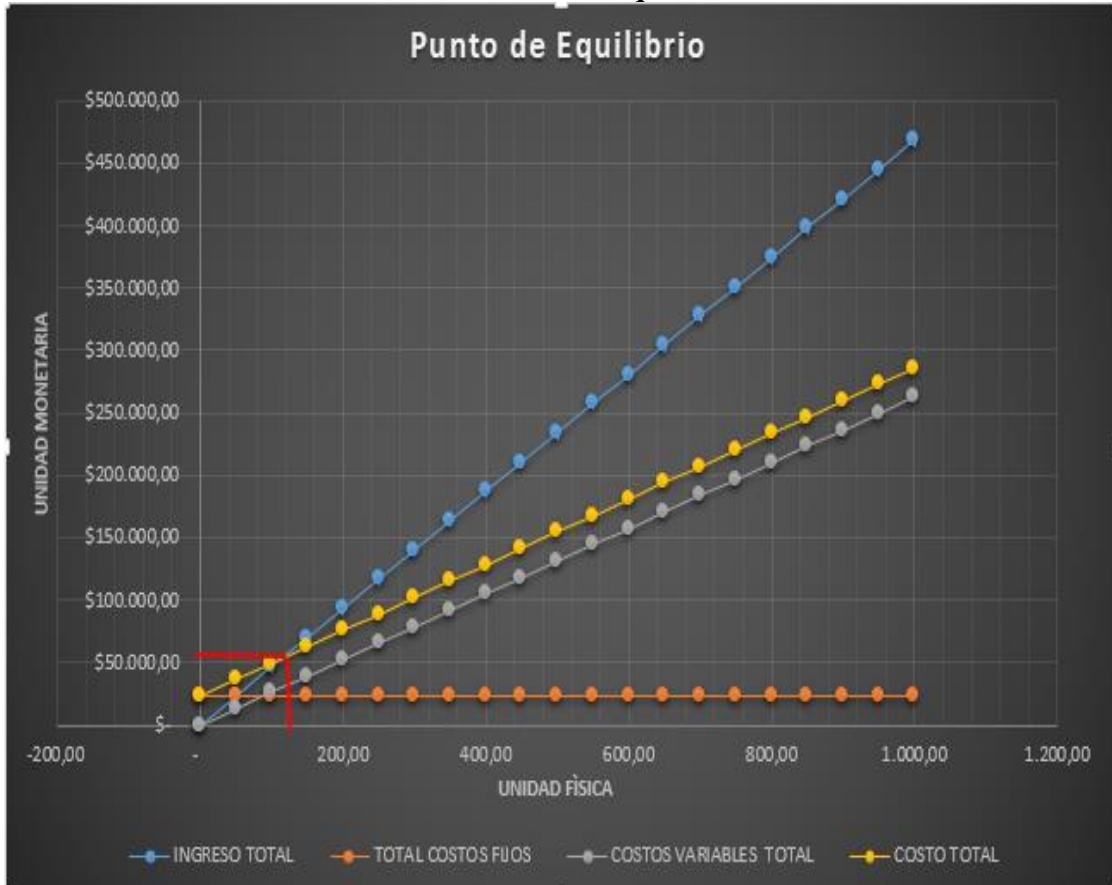
$$PE = \frac{23242,85}{1 - \frac{262,80}{468}}$$

$$PE = \$52825 \text{ USD al mes}$$

$$P. e. q = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio x menú} - \text{Costo variable Unit.}}$$

$$P. e. q = \frac{23242,85}{468 - 262,80}$$

$$P. e. q = 113 \text{ paquetes al mes}$$

**Ilustración 39. Punto de Equilibrio**

**Elaborado por:** Jenny Duque Medina

Análisis: Aftan Ameya debe vender para cubrir sus costos y gastos totales, la cantidad de 113 paquetes que representa \$52.825 mensuales.

### 3.1.10 Proyección del Balance General.

Para poder realizar el análisis de índices financieros del proyecto es necesario realizar el Balance General proyectado el detalle a continuación:

Tabla 88. Proyección Balance General

	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVOS</b>						
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	\$ 207.815,46	\$ 258.583,24	\$ 251.233,46	\$ 263.911,24	\$ 256.212,24	\$ 262.500,22
Caja - Bancos	\$ 207.815,46	\$ 258.583,24	\$ 251.233,46	\$ 263.911,24	\$ 256.212,24	\$ 262.500,22
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	\$ 1.755.036,69	\$ 1.680.290,13	\$ 1.605.843,57	\$ 1.531.397,01	\$ 1.493.037,75	\$ 1.454.678,49
Terreno	\$ 480.000,00	\$ 480.000,00	\$ 480.000,00	\$ 480.000,00	\$ 480.000,00	\$ 480.000,00
Edificios	\$ 1.114.400,00	\$ 1.114.400,00	\$ 1.114.400,00	\$ 1.114.400,00	\$ 1.114.400,00	\$ 1.114.400,00
Muebles y Enseres	\$ 102.740,69	\$ 102.740,69	\$ 102.740,69	\$ 102.740,69	\$ 102.740,69	\$ 102.740,69
Maquinaria y Equipo	\$ 19.633,00	\$ 19.633,00	\$ 19.633,00	\$ 19.633,00	\$ 19.633,00	\$ 19.633,00
Equipos de Computación	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00
Equipo de Oficina	\$ 3.463,00	\$ 3.463,00	\$ 3.463,00	\$ 3.463,00	\$ 3.463,00	\$ 3.463,00
Vehículos	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
Depreciación Acumulada		-\$ 73.626,56	-\$ 147.253,12	-\$ 220.879,68	-\$ 259.238,94	-\$ 297.598,20
Amortizaciones de Activos		-\$ 1.120,00	-\$ 1.940,00	-\$ 2.760,00	-\$ 2.760,00	-\$ 2.760,00
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	\$ 40.700,00					
Gastos de Constitución	\$ 5.600,00					
Gastos de Operación	\$ 35.100,00					
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 2.003.552,15</b>	<b>\$ 1.938.873,37</b>	<b>\$ 1.857.077,03</b>	<b>\$ 1.795.308,25</b>	<b>\$ 1.749.249,99</b>	<b>\$ 1.717.178,71</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>		-\$ 48.480,07	-\$ 77.013,61	-\$ 114.258,82	-\$ 155.898,67	-\$ 200.209,61
Participación Trabajadores por pagar		-\$ 10.878,10	-\$ 17.280,54	-\$ 25.637,73	-\$ 34.981,00	-\$ 44.923,62
Impuesto a la Renta por pagar		-\$ 13.561,37	-\$ 21.543,07	-\$ 31.961,71	-\$ 43.609,65	-\$ 56.004,78
Dividendos por Pagar		-\$ 24.040,61	-\$ 38.190,00	-\$ 56.659,39	-\$ 77.308,02	-\$ 99.281,21
<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>	-\$ 1.388.452,15	-\$ 1.275.293,30	-\$ 1.164.963,42	-\$ 1.065.949,43	-\$ 978.251,32	-\$ 901.869,10
Obligaciones Financieras	-\$ 1.388.452,15	-\$ 1.275.293,30	-\$ 1.164.963,42	-\$ 1.065.949,43	-\$ 978.251,32	-\$ 901.869,10
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>-\$ 1.388.452,15</b>	<b>-\$ 1.323.773,37</b>	<b>-\$ 1.241.977,03</b>	<b>-\$ 1.180.208,25</b>	<b>-\$ 1.134.149,99</b>	<b>-\$ 1.102.078,71</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	-\$ 615.100,00	-\$ 615.100,00	-\$ 615.100,00	-\$ 615.100,00	-\$ 615.100,00	-\$ 615.100,00
Utilidades Retenidas		-\$ 24.040,61	-\$ 62.230,60	-\$ 118.889,99	-\$ 196.198,00	-\$ 295.479,21
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>-\$ 639.140,61</b>	<b>-\$ 677.330,60</b>	<b>-\$ 733.989,99</b>	<b>-\$ 811.298,00</b>	<b>-\$ 910.579,21</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>-\$2.003.552,15</b>	<b>-\$1.938.873,37</b>	<b>-\$1.857.077,03</b>	<b>-\$1.795.308,25</b>	<b>-\$1.749.249,99</b>	<b>-\$1.717.178,71</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

### 3.1.11 Indicadores Financieros.

INDICADORES	RELACION UTILIZADA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>LIQUIDEZ</b>	<b>Activo Corriente/Pasivo Corriente</b>	5,33	3,26	2,31	1,64	1,31
<b>DEUDA</b>	<b>Pasivo/Activo</b>	68%	67%	66%	65%	64%
<b>RENTABILIDAD</b>						
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>	<b>Margen de Contribución/Ingresos</b>	50%	51%	52%	53%	54%
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>Utilidad de Operación/Ingresos</b>	37%	39%	41%	42%	44%
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>Utilidad Neta/Ingresos</b>	7%	10%	13%	17%	19%

### 3.1.12 Liquidez

Este indicador representa el efectivo o sus equivalentes que posee el proyecto para cubrir sus obligaciones a corto plazo, obteniendo un promedio en los cinco años analizados de USD 2,77 por cada dólar que adeuda la empresa.

### 3.1.13 Deuda

Este indicador nos muestra el nivel de endeudamiento a largo plazo que posee el proyecto, el cual registra un promedio en los cinco años del 66% lo que significa que la empresa es su parte más representativa se debe a sus acreedores.

### 3.1.14 Margen de contribución

El margen de contribución muestra el porcentaje de participación de la utilidad bruta frente a los ingresos totales, obteniendo en nuestro análisis un porcentaje promedio de 52% en los cinco años.

## **3.2 Estudio Ambiental y Social**

### **3.2.1 Objetivos del estudio Ambiental**

- Implementar medidas de conservación ambiental que brindé al visitante un ambiente en medio de la naturaleza, pero dentro de un marco de respeto a la biodiversidad biológica y natural de la población de LLOA
- Promover la educación ambiental en los Empleados y visitantes del centro así como también en los programas y actividades a realizarse, enfocándolas a la apreciación y disfrute de los recursos naturales que posee el establecimiento.
- Salvaguardar el paisaje y sus alrededores puesto que es un recurso turístico y escénico de gran importancia para la puesta en marcha del establecimiento.
- Implantar medidas de seguridad para el uso de espacios en las áreas de desarrollo del proyecto, y así prevenir riesgos en caso de desastres naturales.
- Identificar el riesgo mayor y menor en este estudio para dar soluciones eficaces y efectivas así como también adelantarnos a los probables problemas a presentarse a futuro, diseñando un plan preventivo.

### **3.2.2 Importancia de Evaluación posibles Impactos Ambientales**

- **Impacto Ambiental**

La valoración del impacto Ambiental instituye todas las realidades a las que se deberá sujetar la elaboración de las obras y actividades que en algún momento pueda causar inestabilidad en el tema ecológico, o a su vez se salga del marco legal en las condiciones que están dispuestos por los diferentes órganos rectores en cuanto a la protección y cuidado del ambiente, obteniendo como resultado el reducir al máximo los efectos negativos que puedan dañar de algún modo el ecosistema.

### ▪ **Impacto Social**

La construcción e implementación del presente proyecto sin duda alguna colaborará en el desarrollo turístico de la población de LLoa ya que generara fuentes de empleo para sus habitantes por medio de la ocupación de mano de obra en el ámbito de construcción como también en la operación y puesta en marcha del Centro de Retiro Espiritual.

### **3.2.3 Ventajas de Estudio de Impacto Ambiental**

- Incrementa la Calidad de vida
- Induce a la personas al desarrollo de una activa cultura ecológica
- Reduce la generación de residuos e impulsa al interés para su reutilización
- Provoca en el empresario un uso razonada de los recursos económicos, lo que dará como resultado la utilización de los recursos naturales que tiene el sector
- Ampara una planificación completa de planes dentro de la empresa extendiendo la vida útil de todos los componentes de la empresa
- Normaliza el manejo de recursos no renovables
- Habilita la conservación del medio ambiente y por ende proporciona una calidad de vida superior a la población actual pero sobre todo a la futura.

### **3.2.4 Buenas Prácticas Ambientales**

Son las gestiones que buscan reducir los riesgos ambientales negativos que se dan a causa de la mala utilización de los insumos, el desconocimiento de la población en educación ambiental y el deficiente manejo de procesos productivos. La implementación de las Buenas Prácticas Ambientales es de suma importancia en el funcionamiento de proyectos nuevos y los que ya están en marcha y es responsabilidad de las empresas o entidades promoverlas, asumirlas y atenderlas en su globalidad para fomentar una correcta utilización en el desarrollo de sus actividades.

Dentro del aprendizaje de estas prácticas ambientales se obtendrá varias pautas para el ahorro de recursos y reducción de costos.

La utilización de las Buenas Prácticas Ambientales en el presente proyecto será de vital importancia ya que por al ser una herramienta de fácil entendimiento y flexibilidad se la puede adaptar de manera rápida al desarrollo y funcionamiento del Centro de Retiro.

Para lo que se presenta a continuación un extracto de las prácticas más utilizadas y que se apegan a la realidad del objeto de estudio:

- Disminuir los costos en consumo de Servicio Básicos (Agua, Luz, Teléfono etc.)
- Ampliar el control de procesos, para obtener una disminución importante de residuos emitidos en la producción.
- Realizar un mantenimiento preventivo eficaz para evitar futuros graves problemas de: fugas, derrames, accidentes etc.
- Perfeccionar los procesos en cuanto a tiempos, temperaturas, uso de materiales y maquinaria
- Ajustar al máximo los estándares para la clasificación de residuos
- Ajustar al máximo los estándares para el uso de materiales
- Excluir el uso de sustancias o materiales tóxicos o peligrosos
- Cuidar la generación de contaminación auditiva
- Impulsar la utilización de materiales y sustancias ecológicos
- Procurar que la calidad del producto sean lo más saludables y generen en el huésped bienestar
- Emplear Envases reutilizables



### **3.2.5 Aplicación de las Buenas Prácticas Ambientales en AFTAN AMEYA SPA RESORT**

- Implementación de planes estratégicos para impulsar el ahorro de los costos mediante un estricto proceso de reciclaje, para promover la venta o beneficio de los residuos ocasionados por la operación del establecimiento, ayudado así a incrementar los ingresos del Centro.
- Formar y crear una escuela tanto para trabajadores y huéspedes de la importancia en el cuidado del medio ambiente, promoviendo campañas dentro de Centro que promuevan el cuidado y práctica permanente de las buenas prácticas medioambientales.
- Se implementará el momento de la construcción acometidas por áreas para colocar varios medidores de agua y así controlar el consumo de las diferentes áreas y cuál de ellas genera consumo elevado; esto dará lugar a implementar planes de ahorro en el área que presente mayor consumo; las acciones a implementar podrían ser:
  - Instalación de Sanitarios con doble descarga
  - Instalación de grifos temporizadores y duchas con sistema ahorrador
  - Instalar sistemas seguros de tratamiento de agua
- Se implementará también sensores de movimiento para el ahorro de energía en todo el establecimiento.
- Establecer cronograma de Mantenimiento preventivo de las maquinarias y áreas del Centro de Retiro Espiritual.
- Al ser un establecimiento que proporciona paz y quietud en el individuo no poseerá televisiones por ende se disminuye también el consumo de energía.
- Evitar el uso de Papel siempre que sea posible
- Utilizar en la medida de lo posible papel reciclado
- Reciclar papel inservible usando contenedores para este fin

- Dar a conocer a los trabajadores los productos químicos que ocasionen peligro para evitar accidentes laborales y los riesgos de contaminantes.

### **3.2.6 Certificación Smart Voyager**

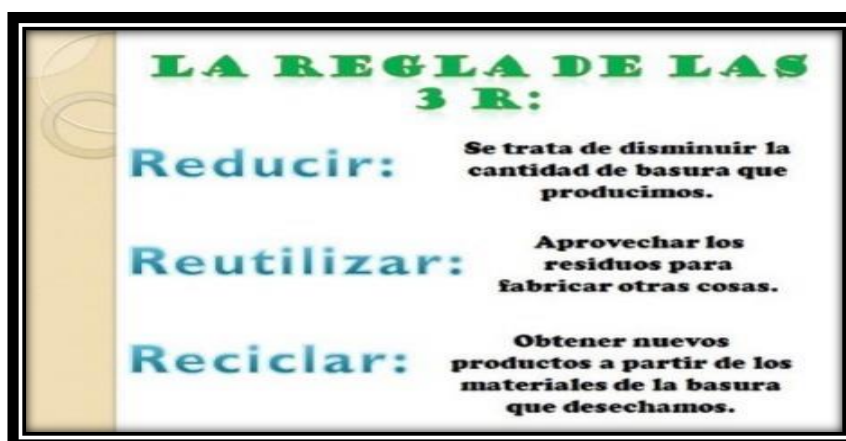
La norma Smart Voyager Express tiene la finalidad de encaminar a los operadores de turismo receptivo hacia acciones de buenas prácticas de turismo sostenible. Fue creada por la Fundación Conservación & Desarrollo (C&D) para atender a propietarios de medianos y pequeños hoteles y sitios de hospedaje eco-amigables (eco-lodges) así como a establecimientos de alimentos y bebidas (restaurantes – bares) que no siempre están en la capacidad de realizar cambios extremos en sus operaciones que demanden grandes inversiones. (Smart Voyager Certified, 2000 - 2011)

### **3.2.7 Beneficios de la Certificación**

Todas aquellas empresas turísticas que cuenten con la certificación “Smart Voyager” se instituyen como parte de una gran comunidad que trabaja día a día por el Turismo sostenible, proyectado su funcionamiento de manera directa y exitosa, Al obtener el proyecto esta certificación tendrá como beneficios: capacitación, intercambio de información, promoción y una guía completa de la implementación de procesos sostenibles dentro del establecimiento.

### **3.3 Manejo de Residuos Contaminantes**

De acuerdo a la ordenanza Municipal del Distrito Metropolitano de Quito indica que todo establecimiento debe llevar un manejo adecuado de residuos contaminantes con el fin de mantener la limpieza de las diferentes áreas y el cuidado del medio ambiente, para lo cual utilizaremos las 3R´s: Reciclar, Reducir, Reutilizar

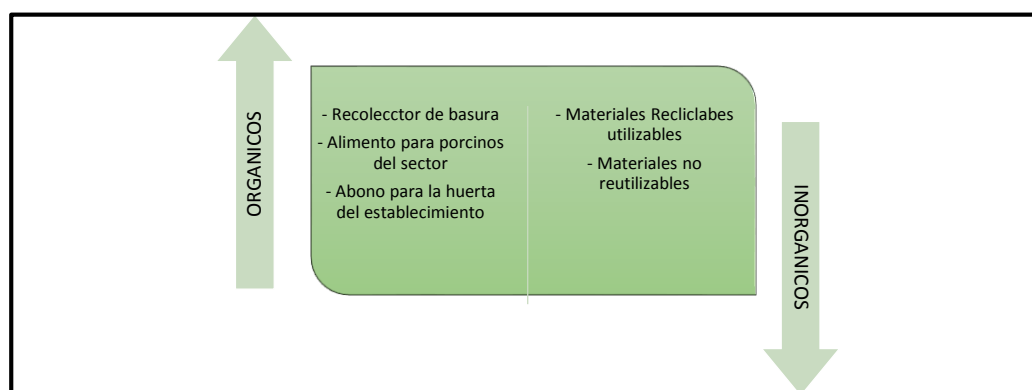
**Ilustración 40.** Las tres R's

**Fuente:** recyclemonos.blogspot.com

**Elaborado por:** Jenny Duque Medina

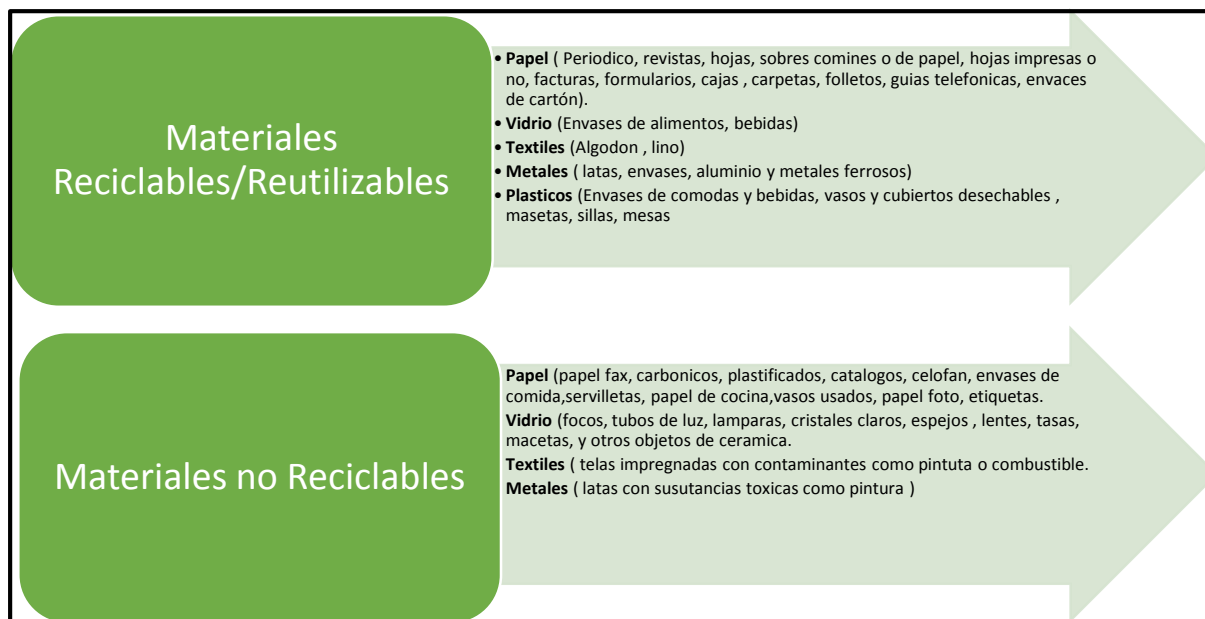
Para el manejo responsable de los residuos se realizará la separación adecuada de todos los desperdicios, basura y residuo que el Centro de Retiro Espiritual genere diariamente.

Se establecerán procesos internos para realizar la clasificación de la basura y desechos los mismos que estarán distribuidos de la siguiente manera:

**Ilustración 41.** Residuos Orgánicos e Inorgánicos

**Elaborado:** Jenny Duque Medina

### Ilustración 42. Detalle materiales Reciclables y no Reciclables



**Elaborado:** Jenny Duque Medina

Todos los residuos serán clasificados, en relación al tipo de desechos, estos estarán clasificados en contenedores y botes de diferentes colores de acuerdo al material: Azul (Papel, Cartón), Verde (Vidrios), Café (Desechos Orgánicos vegetales), Rojo (Tetra), Amarillo (plástico), Gris (latas), Negro (latas de bronce).

### Ilustración 43. Clasificación de desechos en contenedores



**Elaborado por:** Jenny Duque Medina

**Fuente:** Imágenes de la web

“AFTAN AMEYA” SPA RESORT dispondrá de un espacio destinado para la organización reciclaje y tratamiento de los desperdicios, a este lugar llegaran los desechos clasificados para facilitar el transporte y distribución de los mismos de acuerdo al lugar de destino.

Todas las áreas del centro de Retiro serán responsables de educarse y educar a los huéspedes en cuanto a la clasificación de residuos, por tal motivo todo el establecimiento contara con contenedores especificando el desecho que se receptara en cada bote de basura.

- Ciertos desperdicios orgánicos serán utilizados como abono del huerto del Centro de Retiro.
- Otra cantidad será entregada a personas de la población de Lloa que tengan criaderos de porcinos, la alianza que se propondrá será que a cambio de la lavazas o desperdicios ellos se comprometerán a dar una donación para el agasajo de los empleados en fechas especiales ( Navidad, Fin de Año)
- Se hará alianzas con empresas de reciclaje para entregar todos los materiales que les sea de utilidad para su empresa a cambio del compromiso de entregar presentes para los empleados en el día del trabajador y otra fecha especial a definirse.

### 3.4 Conclusiones y Recomendaciones

#### 3.4.1 Conclusiones

- AFTAN AMEYA SPA RESORT posee varias ventajas competitivas y estrategias promocionales, sumado a esto la innovadora infraestructura que propone, su ubicación a pocos minutos de la ciudad, equipamiento sobrio pero elegante, el innovador servicio que oferta con su programa ayurveda y técnicas 100% asertivas de relajación, alimentación saludable y el talento humano como clave del éxito para la atención del Centro de Retiro Espiritual; hace que el servicio a ofertar de hospedaje y alimentación acoja visitantes de la Ciudad de Quito que buscan paz y tranquilidad sintiéndose libres del bullicio y estrés de la ciudad, brindando al huésped la satisfacción de sus exigencias con un servicio personalizado y de calidad absoluta.
- La necesidad de las persona por contar con un espacio que le brinde un servicio diferente donde pueda descansar, reencontrarse con su yo interior para equilibrar el cuerpo la mente y espíritu asciende a un 89% (Encuesta Piloto) y 85% en la encuesta según nuestro Estudio de Mercado.
- Se ha determina que el Centro de Retiro Espiritual contara con Cabañas Dobles, Simples y triples ya que en su gran mayoría los gustos y preferencias de las personas apuntan a viajar en pareja, seguido de gusto por viajar a este tipo del lugares en familia y finalmente solos, por tal motivo se ofrece en los productos hoteleros dos paquetes: Paquete Ayurveda y Paquete Aftan Ameya Romántico
- El precio del alojamiento se estableció tomando en cuenta la capacidad de pago de las personas encuetadas que arrojó como respuesta que el 72% estaría dispuesto a pagar USD 300 por persona un paquete de fin de semana, así como también el 24%

estaría dispuesto a pagar hasta USD 400, sin embargo el costo por paquete establecido es mayor ya que el proyecto está apuntado a las personas económicamente activas de la ciudad de Quito, determinado por medio de los quintiles A y B los mismos que corresponden a las personas de posición Socio Económica medio alta y alta respectivamente, las instalaciones con las que contará el establecimiento, se puede apuntar a un target de mercado con una capacidad de pago bastante accesible.

- Dado que el recurso humano en cualquier empresa es de suma importancia en el proyecto costa el organigrama con las correspondientes funciones de cada uno, quienes están totalmente enfocados al servicio personalizado de los huéspedes, y al ser una establecimiento hotelero que enfoca netamente al Turismo Espiritual el servicio va más allá de brindar alojamiento y alimentación.
- Al ser un monto de inversión de USD 2.003.552,15 se puede apreciar la envergadura del proyecto, las instalaciones y servicio que brindará al visitante la misma que será financiada en un 69% por la CFN mientras que la diferencia lo asumirán los socios es decir el 31%.
- En Estado de resultados se puede apreciar que el proyecto arroja utilidades desde su primer año de funcionamiento por lo que se concluye que es un proyecto prometedor y rentable, tanto es sus utilidades si como también en sus flujos.
- El análisis financiero del proyecto prescribe una aceptación u por tal motivo se concluye que es factible la puesta en marcha del establecimiento bajo los siguientes indicadores:
  - VAN: **\$445.590,70**
  - TIR: **22,46%**
  - COSTO BENEFICIO: **1,28**

- Considerando el nivel de endeudamiento con el que arrancara el Centro de Retiro Espiritual se considera que la recuperación de capital se la obtendrá después de 6 años de funcionamiento del establecimiento. al término, sin embargo como lo indican la los análisis las ventas cubrirán el pago de la deuda y aun así se obtendrá utilidad mes a mes.

### **3.4.2 Recomendaciones**

- Aplicar y atacar en las estrategias promocionales ya que este modo se estima captar clientes de manera efectiva, y al ser este producto hotelero no conocido ni explorado se pretende atacar con fuerza, para impulsar a las personas a vivir una nueva experiencia hotelera que cambiara por completo la vida de las personas que la disfruten.
- En cuanto al análisis FODA se observa que las fortalezas de proyecto sobrepasan las debilidades por tal motivo se recomienda trabajar atentamente en las fortalezas y oportunidades para aplacar las debilidades y amenazas, de este modo se espera posicionar a Aftan Ameya SPA RESORT en el mercado impulsado por la idea innovadora del turismo desde el alma.
- Es importante mantener el contacto con el huésped fomentando un cultura orientada siempre al bienestar del visitante y a la calidad del servicio, capacitando e incentivando a los trabajadores a ponerse la camiseta por el Centro, ya que este es su fuente de ingresos, del mismo modo será imprescindible fidelizar al huésped mantenerlo satisfecho con el servicio para que regrese nos recomiende y así captar más clientes.
- Es primordial realizar alianzas estratégicas con la mayoría de sitios en quito que se dediquen a la vida espiritual y gusten de estas actividades sea estas Escuelas de Yoga o afines y de este modo abrir mercado de manera efectiva, así como también trabajar con



las agencias de viajes vendiendo la idea de un nuevo “paquete turístico para el alma” lo cual será innovador y por ende provocara interés.

- Promover desde el área de Ventas la venta del Paquete Ayurveda que le otorga más ingresos al Centro para de alguna forma día a día captar clientes y alianzas con a personas o grupos interesados en este tipo de servicio.
- Es importante también la capacitación que hoy por hoy proporciona el Gobierno para el ámbito turístico de lo cual hay que sacar provecho en financiamiento, capacitaciones, eventos y seminarios para dar a conocer nuestro establecimiento y el nuevo producto innovador que ofrece.

## Bibliografía

- Amalavida.tv. (sf de sf de 2013). *Amalavida.tv*. Recuperado el 19 de noviembre de 2014, de <http://www.amalavida.tv/>
- Andes, A. d. (12 de septiembre de 2012). *Ecuador registra logros positivos en la industria del turismo*. Recuperado el 15 de noviembre de 2014, de <http://www.andes.info.ec/es/turismo/6322.html>
- Baca Urbina Gabriel . (2006). *Evaluacion de Proyectos* (2006 ed.). Mexico: Mc Graw - Hill.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodologia de la Investigacion para Administracion y Economia* (Tercera Edicion ed.). Santa Fe Bogota: Pearson Educacion.
- Burbano, C. S. (2006). *repositorio.ute.edu.ec*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2014, de <http://repositorio.ute.edu.ec/>
- CAPTUR. (2012). *CAPTUR*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2012, de [http://www.captur.travel/web2011/informacion\\_juridica/inj\\_normasGenerales.html](http://www.captur.travel/web2011/informacion_juridica/inj_normasGenerales.html)
- Cardenas Martinez, R. (2012). *Turismo Espiritual 2 Una Vision Iberoamericana*. Mexico: Universidad de Guadalajara.
- El Telegrafo, d. d. (10 de marzo de 2014). *EL Telegrafo*. Recuperado el 16 de noviembre de 2014, de <http://www.telegrafo.com.ec/>
- El Universo . (2008). *El universo*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2014, de <http://www.eluniverso.com/2002/12/31/0001/397/96AC2D69B9E146BD80346DCA78AC2574.html>
- Fernandez, J. (2009). *Geografia Turistica Mundial*. España: Editorial Universitaria Ramon Areces.
- Gobierno Provincial de Pichinacha. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Lloa 2012-2025*. Gubernamental, Gobierno Provincial de Pichincha , Quito.

- Gonzales, M. R. (2013 - 2014). Pichincha. *Guia de Oro Ecuador*, 120 - 122.
- Gonzalez, K. (sf de sf de 2013). *El Hemisferio Periodismo en Profundidad*. Recuperado el 16 de noviembre de 2014
- Hora, L. (septiembre de 12 de 2004). *La Hora*. Recuperado el 19 de noviembre de 2014, de <http://www.lahora.com.ec/>
- Ministerio de Turismo. (sf). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 20 de noviembre de 2014, de <http://www.turismo.gob.ec/renovacion-de-la-licencia-unica-anual-de-funcionamiento/>
- OMT. (2008). *Organizacion Mundial del Turismo*. Recuperado el 4 de Noviembre de 2014, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- OMT. (2014). *Panorama Internacional del Turismo*, 16.
- Ortega, M. R. (2007). *PLANDETUR 2020*. Ministerio de Turismo del Ecuador. Recuperado el 17 de noviembre de 2014, de [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)
- Pais Turistico. (2012). *Pais Turisticos*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2014, de <http://www.paisturistico.com/ecuador/quito>
- Parroquialloa. (22 de Febrero de 2011). *parroquialloa*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2014, de <http://parroquialloa.blogspot.com/>
- Perez&Baez. (2009). *Investigacion Cualitativa*. Madrid - España: Graficas Dehon.
- Periodismoecuador. (11 de abril de 2014). *periodismoecuador*. Recuperado el 19 de noviembre de 2014, de <http://periodismoecuador.com/>
- Quezada Castro, R. (2010). *Elementos del Turismo, Teoria, Clasificación y actividad 2 Ed.* San Jose C.R.: EUNED.
- Quito-turismo. (2014). *Quito-turismo*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2014, de <http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/nuestros-servicios/registro-turistico>

- Radio Turismo, E. (sf de sf de 2014). *Radio Turismo Ecuador*. Recuperado el 18 de noviembre de 2014, de <http://www.radioturismoecuador.com/ricardomedinao.wordpress.com>. (30 de marzo de 2010). Recuperado el 20 de noviembre de 2014, de <https://ricardomedinao.wordpress.com/2010/03/30/nueva-ley-de-turismo/>
- Rodriguez Santoyo, A. (2013). *Fundamentos de Mercadotecnia*. Mexico: Universidad de Guanajuato.
- Rodríguez, C. E. (2013). *Diccionario de economía : etimológico, conceptual* (edición especial para estudiantes en línea ed.). Mendoza, Argentina : Libro digital, Universidad Católica de Argentina. Recuperado el 15 de 02 de 2015, de <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar>
- Santa, P., & Martins, F. (2010). *Metodología de la investigación Cuantitativa* (Tercera Edición ed.). Venezuela: Fedeupel .
- SIGAT - SEMPLADES. (28 de Febrero de 2013). *sni.gob.ec/*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2104, de <http://sni.gob.ec/>
- Smart Voyager Certified. (2000 - 2011). *Smart Voyager Certified*. Recuperado el 09 de 03 de 2015, de <http://www.smartvoyager.org/>
- Baca Urbina Gabriel . (2006). *Evaluacion de Proyectos* (2006 ed.). Mexico: Mc Graw - Hill.
- Gobierno Provincial de Pichincha. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Lloa 2012-2025*. Gubernamental, Gobierno Provincial de Pichincha , Quito.
- Parroquialloa. (22 de Febrero de 2011). *parroquialloa*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2014, de <http://parroquialloa.blogspot.com/>
- Rodriguez Santoyo, A. (2013). *Fundamentos de Mercadotecnia*. Mexico: Universidad de Guanajuato.
- Rodríguez, C. E. (2013). *Diccionario de economía : etimológico, conceptual* (edición especial para estudiantes en línea ed.). Mendoza, Argentina : Libro digital, Universidad Católica de Argentina. Recuperado el 15 de 02 de 2015, de <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar>

SIGAT - SEMPLADES. (28 de Febrero de 2013). *sni.gob.ec*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2104, de <http://sni.gob.ec/>

## Glosario

**Aftan.** Sol

**Ameya.** Sin límites

**Ayurveda.** Sistema de medicina tradicional de origen hindú, proviene de las palabras ayur” que significa vida, todos los aspectos de la vida, desde el nacimiento hasta la muerte, y “veda” que significa conocimiento puro o aprendizaje.

**Cabaña.** Casa en el campo, pequeña y tosca, hecha con ramas, troncos y materiales de poco valor.

**Capacidad Instalada.** Término que se usa para hacer referencia al volumen de producción

**Vegetariano.** Persona que no se alimenta con productos de origen animal

**Cuencos Tibetanos.** Instrumento ideal para alcanzar un equilibrio físico, mental, emocional.

**Decoración Zen.** Es la nueva tendencia de moda, la misma que trae belleza y armonía se define por su sobriedad y pragmatismo, y no solo implica solo darle un atractivo visual, sino que ofrece espacios con equilibrio para permitir que influya de manera positiva en el estado de ánimo y humor.

**Divinidad.** Esencia naturaleza propia de Dios

**Feng Shui.** Arte ancestral basada en la cosmogonía china, que busca la mejora de las condiciones ambientales que fomentan el bienestar y la armonía general del individuo con su entorno.

**Futon.** Colchón de algodón, según técnica tradicional japonesa, que se tiende directamente sobre el suelo o sobre una superficie dura, utilizado para meditación

**Huésped.** Persona que se aloja en un hotel o en casa de otra persona, bien como invitado o bien pagando por ello.

**Industria Hotelera.** Todo establecimiento abierto al público y dedicado total o parcialmente a proveer con ánimo de lucro o sin él, alojamiento o dormitorio con comida o sin ella, a huéspedes permanentes o transeúntes.

**Innovador.** Que cambia las cosas introduciendo novedades.

**Mándala.** Son representaciones simbólicas espirituales y rituales

**Mantras.** Es un término que puede traducirse como “pensamiento”. En religiones como el budismo y el hinduismo, un mantra es una frase, sagrada que se recita como apoyo de meditación o para invocar a la divinidad.

**Meditación.** Oración o rezo que se hace en silencio, o reflexión intimista sobre algún tema espiritual o trascendente.

**Reiki.** Técnica o una modalidad de medicina alternativa que busca la sanación del paciente mediante la imposición de manos. Se basa en la canalización de lo que sus practicantes denominan energía vital universal para lograr el equilibrio.

**Trascendencia.** Consecuencia o resultado de carácter grave o muy importante que tiene una cosa.

## Anexos

### Recetas Estándar. Paquete Ayurveda

#### Anexo 1. Desayuno Ayurveda

COPOS DE AVENA, ARROZ O POLENTA Y FRUTA				
Unidad			Tipo de Receta	Estandar
Tamaño de la porción				
Numero de Porciones			Clasificación	DESAYUNO
Ingrediente	V. compra Kg.	V/Gramo (Gr.)	PESO PORC (Gr.)	COST PORC
Avena	0,9600	0,0010	20	0,0192
Leche de soja	6,3400	0,0063	245	1,5533
Manzana	1,3100	0,0013	100	0,1310
Nueces	12,6700	0,0127	25	0,3168
Mantequilla	2,8000	0,0028	15	0,0420
Canela en polvo	3,7000	0,0037	10	0,0370
			SUMA TOTAL	2,0993
			5% VARIOS	0,1050
			TOTAL	2,2042
			% DE COSTO	25%
			PREC VENTA	8,8169

Elaborado por: Jenny Duque Medina

#### Anexo 2. Almuerzo Ayurveda

ARROZ CON ENSALADA DE REMOLACHA Y TOFU FRITO				
Unidad			Tipo de Receta	Estandar
Tamaño de la porción				
Numero de Porciones			Clasificación	ALMUERZO
Ingrediente	V. compra Kg.	V/Gramo (Gr.)	PESO PORC (Gr.)	COST PORC
Arroz	5,5900	0,0056	185	1,0342
Tofu	7,6000	0,0076	100	0,7600
Mantequilla	2,8000	0,0028	12	0,0336
Remolacha	2,0000	0,0020	80	0,1600
Cilantro	0,5500	0,0006	20	0,0110
Semillas de Hinojo	26,6300	0,0266	30	0,7989
Salsa de Soja	6,2250	0,0062	15	0,0934
Aceite de Oliva	10,5700	0,0106	10	0,1057
Azucar Morena	0,9000	0,0009	10	0,0090
Limon	0,8000	0,0008	5	0,0040
			SUMA TOTAL	3,0097
			5% VARIOS	0,1505
			TOTAL	3,1602
			% DE COSTO	25%
			PREC VENTA	12,6408

Elaborado por: Jenny Duque Medina



### Anexo 3. Cena Ayurveda

CURRY DE POLLO CON MANGO				
Unidad			Tipo de Receta	<u>Estandar</u>
Tamaño de la porción				
Numero de Porciones			Clasificación	<b>CENA</b>
Ingrediente	V. compra Kg.	V/Gramo (Gr.)	PESO PORC (Gr.)	COST PORC
Filetes de Pollo	3,2300	0,0032	120	0,3876
Aceite de Sesamo	30,0000	0,0300	25	0,7500
Cebolla	0,6000	0,0006	60	0,0360
Jengibre	2,7800	0,0028	20	0,0556
Curry	23,6300	0,0236	20	0,4726
Mango	3,0000	0,0030	50	0,1500
Salsa de Soja	6,2250	0,0062	25	0,1556
Leche de Soja	6,3400	0,0063	40	0,2536
Cilantro	0,5500	0,0006	25	0,0138
			<b>SUMA TOTAL</b>	<b>2,2748</b>
			5% VARIOS	0,1137
			TOTAL	2,3885
			% DE COSTO	25%
			PREC VENTA	9,5541

Elaborado por: Jenny Duque Medina

### Anexo 4. Postre Ayurveda

EMPANADILLAS DE MANZANA				
Unidad			Tipo de Receta	<u>Estandar</u>
Tamaño de la porción				
Numero de Porciones			Clasificación	<b>POSTRE</b>
Ingrediente	V. compra Kg.	V/Gramo (Gr.)	PESO PORC (Gr.)	COST PORC
Harina blanca	0,7900	0,0008	300	0,2370
Manzanas	2,0000	0,0020	500	1,0000
Mantequilla	2,8000	0,0028	60	0,1680
Canela en Polvo	3,7000	0,0037	25	0,0925
Jengibre	2,7800	0,0028	40	0,1112
Azucar	0,9100	0,0009	50	0,0455
		-		-
		-		-
		-		-
			<b>SUMA TOTAL</b>	<b>1,6542</b>
			5% VARIOS	0,0827
			TOTAL	1,7369
			% DE COSTO	25%
			PREC VENTA	6,9476

Elaborado por: Jenny Duque Medina

## Anexo 5. Desayuno Aftan Ameya Romántico

<b>DESAYUNO OMELETTE DE QUESO, JAMON Y CHAMPIÑONES</b>				
Unidad			Tipo de Receta	Estándar
Tamaño de la porción				
Numero de Porciones			Clasificación	DESAYUNO
Ingrediente	V. compra	V/Gramo	PESO PORCIÓN	COSTO PORCIÓN
	Kg.	(Gr.)	(Gr.)	
Crema de Leche	2,1000	0,0021	12	0,0252
Queso rallado	5,6400	0,0056	16	0,0902
Mantequilla	2,8000	0,0028	7	0,0196
Champiñones	5,1200	0,0051	30	0,1536
Jamón	4,2700	0,0043	30	0,1281
Azúcar	0,9100	0,0009	50	0,0455
Huevos	0,0900	0,0001	180	0,0162
Pan	2,6000	0,0026	35	0,0910
Fruta	1,8000	0,0018	300	0,5400
Café	0,2400	0,0002	17	0,0041
<b>SUMA TOTAL</b>				<b>1,1135</b>

5% VARIOS	0,0557
<b>TOTAL</b>	<b>1,1692</b>
% DE COSTO	25%
<b>PREC VENTA</b>	<b>4,6768</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

## Anexo 6. Almuerzo o Cena Afatan Ameya Romántico

<b>COCTEL DE CAMARONES ENTRADA</b>				
Unidad			Tipo de Receta	Estándar
Tamaño de la porción				
Numero de Porciones			Clasificación	ALMUERZO O CENA
Ingrediente	V. compra	V/Gramo	PESO PORCIÓN	COSTO PORCIÓN
	Kg.	(Gr.)	(Gr.)	
Camarones	9,0000	0,0090	170	1,5300
Cebolla	0,6000	0,0006	16	0,0096
Ajo	1,6000	0,0016	7	0,0112
Salsa de tomate	1,8000	0,0018	62	0,1116
Jugo de limón	0,8000	0,0008	100	0,0800
Salsa Picante	1,9000	0,0019	16	0,0304
Salsa Inglesa	6,8500	0,0069	25	0,1713
Aguacate	1,5300	0,0015	50	0,0765
		-		-
		-		-
<b>SUMA TOTAL</b>				<b>2,0206</b>
5% VARIOS				0,1010
<b>TOTAL</b>				<b>2,1216</b>
% DE COSTO				25%
<b>PREC VENTA</b>				<b>8,4863</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

**Anexo 7. Almuerzo o Cena Aftan Ameya Romántico**

<b>ENROLLADO DE POLLO A LAS FINAS YERBAS</b>				
<b>Unidad</b>			<b>Tipo de Receta</b>	<b>Estándar</b>
<b>Tamaño de la porción</b>				
<b>Numero de Porciones</b>			<b>Clasificación</b>	<b>ALMUERZO O CENA</b>
	<b>V. compra</b>	<b>V/Gramo</b>	<b>PESO PORCIÓN</b>	<b>COSTO PORCIÓN</b>
<b>Ingrediente</b>	<b>Kg.</b>	<b>(Gr.)</b>	<b>(Gr.)</b>	
<b>Pechuga</b>	<b>7,0000</b>	<b>0,0070</b>	<b>220</b>	<b>1,5400</b>
<b>Zanahoria</b>	<b>4,2200</b>	<b>0,0042</b>	<b>10</b>	<b>0,0422</b>
<b>Apio</b>	<b>0,4000</b>	<b>0,0004</b>	<b>10</b>	<b>0,0040</b>
<b>Cebolla Perla</b>	<b>0,8000</b>	<b>0,0008</b>	<b>10</b>	<b>0,0080</b>
<b>Pimiento Rojo</b>	<b>0,7500</b>	<b>0,0008</b>	<b>10</b>	<b>0,0075</b>
<b>Pimiento Verde</b>	<b>0,7000</b>	<b>0,0007</b>	<b>10</b>	<b>0,0070</b>
<b>Crema de Leche</b>	<b>2,1000</b>	<b>0,0021</b>	<b>50</b>	<b>0,1050</b>
<b>Vino Blanco</b>	<b>7,0000</b>	<b>0,0070</b>	<b>50</b>	<b>0,3500</b>
<b>Fondo de Pollo</b>	<b>3,0000</b>	<b>0,0030</b>	<b>80</b>	<b>0,2400</b>
<b>Legumbre</b>	<b>2,0000</b>	<b>0,0020</b>	<b>100</b>	<b>0,2000</b>
<b>Papa Francesa</b>	<b>0,6000</b>	<b>0,0006</b>	<b>150</b>	<b>0,0900</b>
<b>SUMA TOTAL</b>				<b>2,5937</b>

<b>5% VARIOS</b>	<b>0,1297</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2,7234</b>
<b>% DE COSTO</b>	<b>25%</b>
<b>PREC VENTA</b>	<b>10,8935</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

## Anexo 8. Postre Aftan Ameya Romántico

<b>TORTA OPERA</b>				
<b>Unidad</b>			<b>Tipo de Receta</b>	<b>Estándar</b>
<b>Tamaño de la porción</b>				
<b>Numero de Porciones</b>			<b>Clasificación</b>	<b>ALMUERZO O CENA</b>
	<b>V. compra</b>	<b>V/Gramo</b>	<b>PESO PORCIÓN</b>	<b>COSTO PORCIÓN</b>
<b>Ingrediente</b>	<b>Kg.</b>	<b>(Gr.)</b>	<b>(Gr.)</b>	
<b>Azúcar</b>	<b>0,9100</b>	<b>0,0009</b>	<b>70</b>	<b>0,0637</b>
<b>Huevo</b>	<b>0,1500</b>	<b>0,0002</b>	<b>50</b>	<b>0,0075</b>
<b>Mantequilla</b>	<b>2,8000</b>	<b>0,0028</b>	<b>30</b>	<b>0,0840</b>
<b>Extractó de café</b>	<b>6,9900</b>	<b>0,0070</b>	<b>3</b>	<b>0,0210</b>
<b>Harina</b>	<b>2,7000</b>	<b>0,0027</b>	<b>23</b>	<b>0,0621</b>
<b>Cacao</b>	<b>7,0000</b>	<b>0,0070</b>	<b>5</b>	<b>0,0350</b>
<b>Crema</b>	<b>6,0000</b>	<b>0,0060</b>	<b>38</b>	<b>0,2280</b>
<b>Chocolate de Cobertura</b>	<b>7,7000</b>	<b>0,0077</b>	<b>7</b>	<b>0,0539</b>
<b>Esencia de Vainilla</b>	<b>5,5200</b>	<b>0,0055</b>	<b>2</b>	<b>0,0110</b>
<b>Ganache</b>	<b>10,0000</b>	<b>0,0100</b>	<b>13</b>	<b>0,1300</b>
<b>Colorante Rojo</b>	<b>6,6000</b>	<b>0,0066</b>	<b>10</b>	<b>0,0660</b>
<b>Glucosa</b>	<b>5,9000</b>	<b>0,0059</b>	<b>2</b>	<b>0,0118</b>
		<b>-</b>		<b>-</b>
			<b>SUMA TOTAL</b>	<b>0,7740</b>

<b>5% VARIOS</b>	<b>0,0387</b>
<b>TOTAL</b>	<b>0,8127</b>
<b>% DE COSTO</b>	<b>25%</b>
<b>PREC VENTA</b>	<b>3,2508</b>

Elaborado por: Jenny Duque Medina

## Anexo 9. Tabla de Amortización de Préstamo

<b>TABLA DE AMORTIZACION</b>					
	<b>BENEFICIARIO</b>	AFTAN AMEYA			
	<b>INSTIT. FINANCIERA</b>	CIA LTDA.			
	<b>MONTO</b>	CFN			
	<b>TASA</b>	1.388.452,15			
	<b>PLAZO</b>	8,15%	T. EFECTIVA	8,3161%	
	<b>GRACIA</b>	10 años			
	<b>FECHA DE INICIO</b>	1 año			
	<b>MONEDA</b>	01/03/2015			
	<b>AMORTIZACION CADA</b>	DOLARES			
	<b>Número de períodos</b>	180 días			
		20	para amortizar capital		
<b>No.</b>	<b>VENCIMIENTO</b>	<b>SALDO</b>	<b>INTERES</b>	<b>PRINCIPAL</b>	<b>DIVIDENDO</b>
0		1.388.452,15			
1	28-ago-2015	1.388.452,15	56.579,43		56.579,43
2	24-feb-2016	1.388.452,15	56.579,43		56.579,43
3	22-ago-2016	1.319.029,54	56.579,43	69.422,61	126.002,03
4	18-feb-2017	1.249.606,94	53.750,45	69.422,61	123.173,06
5	17-ago-2017	1.180.184,33	50.921,48	69.422,61	120.344,09
6	13-feb-2018	1.110.761,72	48.092,51	69.422,61	117.515,12
7	12-ago-2018	1.041.339,11	45.263,54	69.422,61	114.686,15
8	08-feb-2019	971.916,51	42.434,57	69.422,61	111.857,18
9	07-ago-2019	902.493,90	39.605,60	69.422,61	109.028,21
10	03-feb-2020	833.071,29	36.776,63	69.422,61	106.199,23
11	01-ago-2020	763.648,68	33.947,66	69.422,61	103.370,26
12	28-ene-2021	694.226,08	31.118,68	69.422,61	100.541,29
13	27-jul-2021	624.803,47	28.289,71	69.422,61	97.712,32
14	23-ene-2022	555.380,86	25.460,74	69.422,61	94.883,35
15	22-jul-2022	485.958,25	22.631,77	69.422,61	92.054,38
16	18-ene-2023	416.535,65	19.802,80	69.422,61	89.225,41
17	17-jul-2023	347.113,04	16.973,83	69.422,61	86.396,44
18	13-ene-2024	277.690,43	14.144,86	69.422,61	83.567,46
19	11-jul-2024	208.267,82	11.315,89	69.422,61	80.738,49
20	07-ene-2025	138.845,22	8.486,91	69.422,61	77.909,52
21	06-jul-2025	69.422,61	5.657,94	69.422,61	75.080,55
22	02-ene-2026	-0,00	2.828,97	69.422,61	72.251,58
			707.242,81	1.388.452,15	2.095.694,96

Elaborado Por: Jenny Duque Medina

## Anexo 10. Matriz Evaluación de Impactos

<b>Impactos</b>	<b>Permanente</b>	<b>Eventual</b>	<b>Poco Probable</b>
	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Físicos</b>			
<b>Manejo de desechos</b> <b>Manejo de Aguas Servidas</b> <b>Energía Eléctrica</b> <b>Uso de Gas</b> <b>Bomba de Agua</b> <b>Instalaciones Eléctricas</b> <b>Calidad del Agua</b> <b>Mal uso de Servicios Básicos</b>	★	★ ★ ★	★ ★
<b>Químicos</b>			
<b>Manejo de Desinfectantes</b>	★		
<b>Biológicos</b>			
<b>Aire</b> <b>Ruido al momento de la construcción</b> <b>Gases y partículas</b> <b>Flora</b> <b>Perdida de cobertura vegetal</b> <b>Fauna</b> <b>Migración de aves</b> <b>Estéticos y de Interés Humano</b> <b>Vistas Panorámicas</b>		★ ★ ★	★ ★
<b>Sociales y Económicos</b>			
<b>Salud y Seguridad</b> <b>Accidentes de Trabajo</b> <b>Gripes constantes empleados</b> <b>Estilo de vida</b> <b>Empleo</b> <b>Fomentar el turismo</b> <b>Generación Nuevos Ingresos</b>		★ ★ ★ ★	★ ★ ★

Elaborado: por Jenny Duque Medina

### Anexo 11. Matriz de Ambiental de Acciones Propuestas

Impactos	ACCIONES PROPUESTAS				
Físicos	Preventivas	Atenuantes	Compensatorias	Acciones	
Manejo de desechos	Se tendrá una área designada para el reciclaje de Productos, Orgánicos e Inorgánicos			Se realizara planes en función de manejo de desechos, con intensas campañas de reciclajes, para evitar que se convierta en un impacto latente.	
Manejo de Aguas Servidas	Una implementación y construcción correcta del área de potabilización del proyecto tanto interno como externo.	Correcta aplicación de normas de construcción			
Energía Eléctrica	Correcta instalación de puntos de luz para evitar derroche de energía, y posibles corto circuitos	Correcta aplicación de normas de construcción			
Uso de Gas	Correcta instalación de gas centralizado, para evitar fugas y futuros incendios.	Correcta aplicación de normas de construcción			
Bomba de Agua y Planta Eléctrica		Elegir Aparatos que sean amigables con el medioambiente y de fácil utilización, para evitar el desperdicio de Agua y luz.			Realizar el mantenimiento permanente de esta maquinaria para evitar daños futuro que le representen gastos añ Centro.
Instalaciones Eléctricas	Se colocara sensores de movimiento en todos los sitios de transito de empleados y huéspedes para ahorrar la energía y tiempo	Correcta aplicación de normas de construcción			Realizar el control y mantenimiento preventivo adecuado
Calidad del Agua	Constatar que el agua de cuál va a ser abastecido el establecimiento sea potable y no cause enfermedades ni consecuencias peligrosas a largo plazo.	Realizar trámites necesarios para que quien nos provea del agua potable sea la empresa encargada.			

Mal uso de Servicios Básicos	Cuidar y velar por el buen uso de los servicios		Colocar temporizadores en los grifos de agua para promover el ahorro, comprar productos que sean amigables con el medio ambiente Y promuevan el ahorro. Apagar Equipos que no vayan a ser usados por más de una hora Utilizar focos ahorradores	Realizar charlas de conocimiento a los empleados para indicar los procedimientos a seguir, en cuanto al ahorro de los servicios básicos y la Importancia que tiene para el establecimiento reducir gastos.
<b>Químicos</b>				
Manejo de Desinfectantes		Adquirir productos amigables con el medio ambiente		Controlar que no se genere desperdicio por parte del personal que maneja este material de trabajo y crear procedimiento de uso.
Uso de Materiales Área de SPA y Meditación (velas, aceites, esencias)	Capacitar a las personas a cargo del área sobre el uso y manejo de los insumos para no causar accidentes graves ni en ellos y mucho menos en el huésped		Cursos de capacitación continua	
<b>Biológicos</b>				
Aire Ruido al momento de la construcción	La persona a cargo de la construcción debe llevar estándares claros y aplicables de cómo realizar la misma de manera que no genere molestia al entorno.	La construcción se realizara de acuerdo a la legislación ambiental vigente ordenanza 215		Control y Seguimiento durante toda la construcción
Gases y partículas		Al ser impacto temporal se tomara acciones pertinentes para mitigarlo	Cubrir con plástico toda el área de construcción. Los trabajos se realizaran en las horas de la mañana donde no perturbe el sueño ni la tranquilidad del entorno.	



Desperdicios	La persona encargada de la obra será la responsable de canalizar el traslado de escombros y desperdicios de manera segura y evitando contaminación al ambiente		Se deberá proteger la seguridad de los trabajadores de la obra tanto como de los transeúntes del sector	
Flora Perdida de cobertura vegetal	Al ser nuestro establecimiento amante a la naturaleza por el origen del mismo no se talará árboles para la realización de la construcción.			
Fauna Migración de aves			No se realizará tala de árboles y el proyecto se establecerá en un lugar seco a un bosque, por lo tanto las aves no corren peligro.	
Estéticos y de Interés Humano Vistas Panorámicas			La vista panorámica será muy amigable con el medio ambiente y la vista panorámica del lugar.	
Sociales y Económicos				
Salud y Seguridad	Se realizará programas de salud donde los empleados sean atendidos regularmente para velar por su bienestar y por ende el bienestar de los huéspedes.			Se colocara en el establecimiento: puntos de encuentro, extintores, salidas de emergencia, señalización, generador de luz artificial, se realizara simulacros en caso de desastres naturales, o

Accidentes de Trabajo	Capacitación en seguridad Industrial		Se contara con planes de Seguridad industrial para evitar accidentes de trabajo	incendios, de este modo se educará a huéspedes y empleados como se debe reaccionar ante estas eventualidades. Evaluación médica indispensable
Gripes constantes empleados	Uso adecuado de manejo de alimentos, reposos pertinentes en caso de enfermedades de contagió.			
Estilo de vida	Se generara un mejor estilo de vida de las personas que trabajen en el Centro ya que se genera empleo y por ende también en la población de Lloa.			
Empleo	Se generara grandes fuentes de empleo principalmente para los pobladores del sector.			
Fomentar el turismo y Generación Nuevos Ingresos	Mas ingreso de personas a la población = más ingresos = más empleo = mejor estilo de vida			

**Elaborado por:** Jenny Duque Medina

### Anexo 12. Pág Web Aftan Ameya Spa Resort



[Inicio](#) | [Sobre Nosotros](#) | [Galería](#) | [Actividades](#) | [Tienda](#) | [Contáctenos](#)

**Elaborado por:** Jenny Duque Medina

### Anexo 13. Twitter Aftan Ameya Spa Resort

¿Qué está pasando?

**Aftan Ameya**  
@aftanameya

TWEETS 12    SIGUIENDO 14    SEGUIDORES 8

Tendencias [Cambiar](#)

- #UstedGanó
- Quito
- #EntrevistaPastaza
- Venezuela
- #LDUQ
- #EcuadorYaCambió
- Santa Clara
- Presidente
- San José
- Serrano Aguilar

13 nuevas peticiones de seguimiento

**teleSUR TV** @teleSURtv · 7 min  
#Mundo | 200 egipcios dejan Libia para huir de la guerra civil | [tisor.net](#) /1EevO90

**teleSUR TV** @teleSURtv · 16 min  
#EspecialWeb | #MalcolmX: El defensor de los afroamericanos | [tisor.net](#) /1z5NSM5

A quién seguir · Actualizar · Ver todos

- Juan Manuel Karg** @ymkarg Seguido por [Presidencia Ec...](#) [Seguir](#)
- Ecuador TV Noticias** Seguido por [Ana Rivera Maci...](#) [Seguir](#)

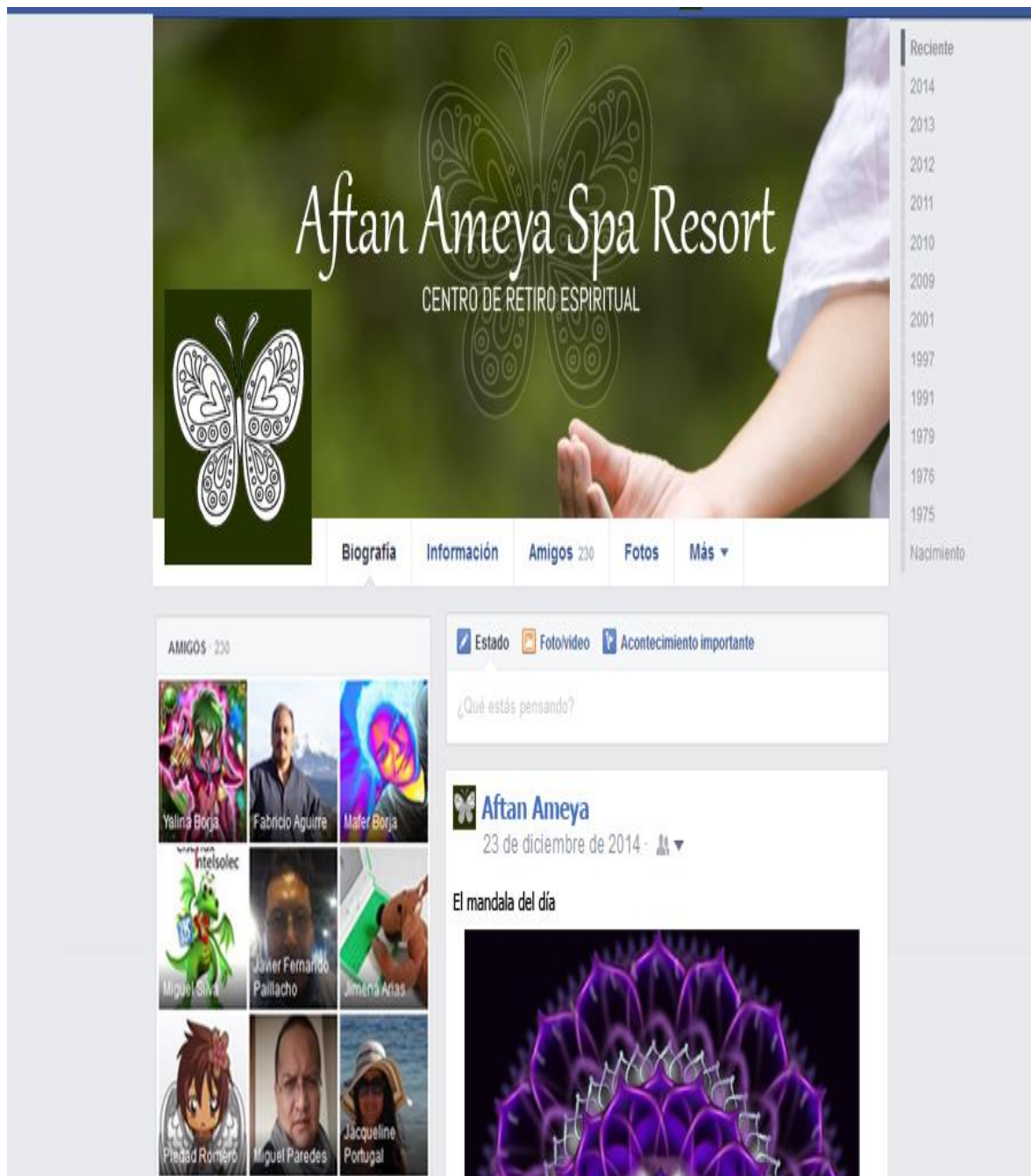
Encuentra a personas que conoces  
Importa tus contactos de Gmail

Conecta otras libretas de direcciones

© 2015 Twitter Sobre nosotros Ayuda Condiciones Privacidad Cookies Información sobre anuncios Marca Blog Estado Aplicaciones Empleos Anunciarse Empresas Medios Desarrolladores Cricket

Elaborado por: Jenny Duque Medina

### Anexo 14. Face Book Aftan Ameya Spa Resort



**Elaborado por:** Jenny Duque Medina



**Anexo 15. Fotos de Lloa**





