



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

Estudio de Factibilidad de un Digital & Body Detox Hotel

AUTORES:

**Encalada Ortiz, Kristina Gabriela
Romero Fernández, Nadia Paola**

Proyecto de Titulación previo a la obtención del

Título de:

**Ingeniero en Administración de Empresas
Turísticas y Hoteleras**

TUTORA:

Econ. Shirley Carolina Segura Ronquillo, Mgs.

**Guayaquil, Ecuador
2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **KRISTINA GABRIELA ENCALADA ORTIZ** y **NADIA PAOLA ROMERO FERNÁNDEZ**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingenieros en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTORA

Econ. Shirley Segura Ronquillo, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Kristina Gabriela Encalada Ortiz

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Estudio de Factibilidad de un Digital & Body Detox Hotel**, previa a la obtención del Título de **Ingeniero(a) en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015

LA AUTORA:

Kristina Gabriela Encalada Ortiz



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Nadia Paola Romero Fernández

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Estudio de Factibilidad de un Digital & Body Detox Hotel**, previa a la obtención del Título **de Ingeniero(a) en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015

LA AUTORA:

Nadia Paola Romero Fernández



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Kristina Gabriela Encalada Ortiz

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de Factibilidad de un Digital & Body Detox Hotel**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015

EL AUTOR

Kristina Gabriela Encalada Ortiz



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Nadia Paola Romero Fernández

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de Factibilidad de un Digital & Body Detox Hotel**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015

LA AUTORA:

Nadia Paola Romero Fernández

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco infinitamente a Dios por bendecirme cada día, y guiarme en todo momento. Agradezco de igual forma a mi mamá, por convertirse en mi ejemplo a seguir, gracias por estar pendiente de mi bienestar, educación y darme los recursos para que nunca me falte nada, también para mi tía o segunda mama por darme consejos necesarios, palabras de aliento, y por siempre estar presente; para ustedes dos va mi eterno agradecimiento por haberme motivado para siempre seguir adelante y por brindarme su apoyo y amor incondicional.

Agradezco a mi abuelita por transmitirme su fuerza, dándome valor con sus palabras y por mantenerme siempre presente en sus oraciones.

A nuestra tutora de tesis por su ayuda y por haber puesto sus conocimientos para podernos guiar y apoyar durante el desarrollo de esta tesis.

También mi agradecimiento va para mis amigas de siempre gracias por formar parte de mi vida y por haber estado pendientes de mí en todo momento durante este proceso.

Por último agradezco a quien a lo largo de estos años de realizar la carrera se convirtió en mi amiga y con quien gracias a ella este proyecto se hizo posible, Nadia te agradezco por las experiencias y recuerdos durante estos años, por haberme ayudado incondicionalmente cuando lo necesite, por siempre hacerme reír y por haber compartido la experiencia de haber realizado esta tesis conmigo.

KRISTINA GABRIELA ENCALADA ORTIZ

AGRADECIMIENTO

Este logro se lo agradezco sobre todo a Dios ya que es gracias a El que consigo todo en la vida y sin su guía no podría encontrarme aquí.

A mi familia, mis padres Pablo y Shirley por siempre darme el mejor ejemplo, por los sacrificios que hicieron para que yo pudiese culminar mi carrera, por siempre darme su apoyo y amor incondicional. A mi hermana Shirley también por siempre acompañarme en todas las etapas de mi vida, apoyándome en los buenos y malos momentos.

Le doy gracias a Gilmar por brindarme su amor sincero, dedicarme su tiempo y por acompañarme durante todo estos años dándome apoyo y palabras de aliento en cada proceso de mi carrera. Gracias a mi hijo Pablo José porque aunque tan solo tiene 5 meses se ha convertido en mi más grande inspiración y motivación, llenándome de amor y afecto cada día.

Agradezco a mi compañera de tesis Kristina por brindarme su amistad desinteresadamente, por recorrer conmigo siempre con disposición y gentileza todos estos años nuestra carrera y más aun esta etapa final ya que sin su ayuda este logro no sería posible. Te agradezco no solo por esto sino también por los grandes recuerdos que me llevo y la amistad que siempre quedara.

A mi tutora de tesis Econ. Shirley Segura por su guía durante este arduo proceso, por la paciencia y sus consejos sin los cuales no hubiésemos culminado con éxito este proyecto.

A todos los Profesores y compañeros de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil por compartirme sus conocimientos y por brindarme su amistad, sobre todo por ser parte de esta etapa de mi vida de la cual me llevo gratos anécdotas.

NADIA PAOLA ROMERO FERNÁNDEZ

DEDICATORIA

Este proyecto lleva a la culminación de mi carrera y todo el esfuerzo realizado no hubiese sido posible sin la ayuda infinita de Dios, el apoyo incondicional de mi familia el soporte de amigas y aquellas personas que de alguna manera me brindaron su ayuda durante la realización de esta carrera, es por esta razón que este proyecto final se los dedico a ustedes, por siempre haber estado presentes y preocuparse, por haberme brindado su ayuda cuando lo necesite, pero más que nada y principalmente se los dedico por haber creído en mi, gracias infinitas por formar parte de mi vida y darme las fuerzas de seguir adelante.

KRISTINA GABRIELA ENCALADA ORTIZ

DEDICATORIA

Este logro se lo dedico a Dios sobre todas las cosas ya que sin el nada sería posible.

Se lo dedico especialmente a mi hijo Pablo José por llegar a mi vida para llenarme de felicidad y fuerzas para luchar y cumplir todas mis metas, ya que es el mi mayor motivación y todos los logros que consiga en mi vida serán siempre dedicados para él, para que te sientas orgulloso y poder darte siempre lo mejor de mí.

Se lo dedico a mi familia y amigos también ya que sin su ayuda, su compañía y su entrega nada de esto lo hubiese podido realizar.

NADIA PAOLA ROMERO FERNÁNDEZ



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CALIFICACIÓN

Apellidos y nombres Autores	Nota final del Tutor
ENCALADA ORTIZ KRISTINA GABRIELA	
ROMERO FERNÁNDEZ NADIA PAOLA	

**ECON. SHIRLEY SEGURA RONQUILLO, MGS.
TUTORA**

ÍNDICE GENERAL

ABSTRACT	XXII
RESUMEN	XXIII
Introducción	1
Planteamiento del problema	3
Justificación del tema	4
Objetivos	5
Objetivo general	5
Objetivos específicos	5
CAPÍTULO 1	6
1. Marco Contextual y Metodológico	6
1.1. Marco Referencial	6
1.2. Marco Teórico	8
1.2.1. Turismo	8
1.2.2. Tipos de turismo	9
1.2.3. Alojamiento	12
1.2.4. Hotel.....	13
1.2.5. Digital Detox.....	14
1.2.6. Body Detox	15

1.3. Marco Legal	16
1.4. Marco conceptual	22
1.5. Metodología	24
1.5.1. Enfoque Cuantitativo de la investigación	24
1.5.2. Tipo de investigación	25
1.5.3. Método de investigación	26
CAPÍTULO 2	27
2. Investigación del entorno	27
2.1. Análisis del macro entorno	27
2.1.1. Político	27
2.1.2. Económico	28
2.1.3. Socio cultural	32
2.1.4. Demográfico	34
2.1.5. Tecnológico	42
2.1.6. Ambiental.....	43
2.2. Análisis de la Industria Turística	44
2.2.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores	44
2.2.2. Poder de negociación de los proveedores	45
2.2.3. Poder de negociación de los compradores	46

2.2.4.	Amenaza de ingreso de productos sustitutos.....	46
2.2.5.	Rivalidad en la industria	47
2.2.6.	Conclusión análisis de 5 Fuerzas de Porter	47
2.3.	Diseño de la investigación primaria.....	48
2.3.1.1.	Universo o Población de estudio	48
2.3.1.2.	Tamaño de la muestra.....	49
2.3.1.3.	Tipo de Muestreo.....	50
2.3.1.4.	Técnicas de recopilación de información	50
2.3.1.5.	Presentación y análisis de resultados.....	51
CAPÍTULO 3		61
3.	ESTUDIO TÉCNICO-OPERACIONAL.....	61
3.1.	Descripción de productos/servicios a ofrecer.....	61
3.2.	Descripción de procesos de producción / operación.....	62
3.3.	Localización del proyecto.....	63
3.4.	Distribución física del espacio	64
3.5.	Horarios de Funcionamiento	73
3.6.	Infraestructura y equipamiento necesario	74
3.7.	Normas de seguridad.....	78
CAPÍTULO 4		80

4. PROPUESTA DEL EMPRENDIMIENTO	80
4.1. Plan Organizacional.....	80
4.2. PLAN DE MARKETING.....	84
4.2.1. Segmentación del mercado y Mercado objetivo.....	84
4.2.2. Estrategia de Posicionamiento.....	84
4.2.3. Estrategias del marketing Mix: Las 4 Ps.....	85
4.2.4. Presupuesto de Marketing.....	89
4.3. PLAN FINANCIERO.....	89
4.3.1. Detalle de la inversión requerida.....	89
4.3.2. Balance Inicial.....	93
4.3.3. Amortización del préstamo.....	93
4.3.4. Proyección Anual de Ingresos.....	95
4.3.5. Proyección Anual de Costos y Gastos.....	96
4.3.6. Estado de Resultados anual proyectado.....	97
4.3.7. Flujo de caja anual proyectado.....	98
4.3.8. Balance General anual proyectado.....	100
4.4. Evaluación del proyecto.....	101
4.4.1. Evaluación económica-financiera.....	101
4.4.2. Razones de rentabilidad.....	101

4.4.3. Punto de Equilibrio.....	102
4.4.4. Análisis por Escenarios	102
4.4.5. Impactos del proyecto.....	103
RECOMENDACIONES	106
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	107
ANEXOS.....	112
ANEXO I.....	112
ANEXO II.....	114
ANEXO III	116
ANEXO IV.....	117
ANEXO V	119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasifocación de alojamiento.....	13
Tabla 2. Estado Conyugal en el Ecuador	35
Tabla 3. Tipos de ocupacion en el Ecuador	40
Tabla 4. Distribucion de Habitaciones.....	65
Tabla 5. Capacidad del Hotel.....	66
Tabla 6. Edificaciones.....	74
Tabla 7. Muebles y enseres parte 1	75
Tabla 8. Muebles y enseres parte 2.....	76
Tabla 9. Equipos	77
Tabla 10. Menajes y suministros	78
Tabla 11. Presupuesto de marketing	89
Tabla 12. Inversión inicial parte 1	90
Tabla 13. Inversion inicial parte 2	91
Tabla 14. Inversion inicial parte 3	92
Tabla 15. Balance inicial.....	93
Tabla 16. Amortizacion del préstamo.....	94
Tabla 17. Proyección anual de préstamo	94
Tabla 18. Proyeccion anual de ingresos.....	95

Tabla 19. Costos	96
Tabla 20. Gastos.....	97
Tabla 21. Estado de Resultados	98
Tabla 22. Flujo de caja anual	99
Tabla 23. Balance general.....	100
Tabla 24. Evaluación financiera y económica del proyecto	101
Tabla 25. Rentabilidad	102
Tabla 26. Punto de Equilibrio	102
Tabla 27. Optimista y Pesimista	103

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Vía Yoga Hotel, México	7
Figura 2. Hotel Four Seasons, Costa Rica	8
Figura 3. Encuesta de empleo, Subempleo y desempleo 2007- 2014.....	28
Figura 4. PIB Variación anual por países de América del Sur	29
Figura 5. Inflación mensual del IPC y por divisiones de consumo	30
Figura 6. Inflación mensual 2014 y enero 2015	30
Figura 7. Inflación anual por segmentos de consumo.....	31
Figura 8. Estratificación del Nivel Socioeconómico	31
Figura 9. Estimación de viajes turísticos en feriados turismo interior.....	33
Figura 10. Distribución del Tiempo Total por sexo.....	34
Figura 11. Tiempo de actividades personales.	34
Figura 12. Identificación de razas en el Ecuador	36
Figura 13. Nivel de analfabetismo en el Ecuador	36
Figura 14. Años de escolaridad en el ecuador por sexo y área.	37
Figura 15. Tendencia de tipos de vivienda	37
Figura 16. Tipos de Viviendas	38
Figura 17. Servicios públicos en el Ecuador.....	39
Figura 18. Estado conyugal en el Ecuador.....	39

Figura 19. Tipos de ocupación en el Ecuador.....	40
Figura 20. Número de Afiliados en el Ecuador	41
Figura 21. Frecuencia de uso de internet a nivel nacional.....	42
Figura 22. Porcentaje de personas que tienen teléfono inteligente a nivel nacional.....	43
Figura 23. Edad.....	51
Figura 24. Sexo	52
Figura 25. Ocupación.....	52
Figura 26. ¿Realiza usted turismo dentro del país?	53
Figura 27. ¿Qué tipo de destino prefiere?.....	54
Figura 28. ¿Con qué frecuencia viajan al destino seleccionado? (Amazonia)	54
Figura 29. ¿Con qué frecuencia viajan al destino seleccionado? (Playa)	55
Figura 30. ¿Con qué frecuencia viajan al destino seleccionado? (Sierra) ...	55
Figura 31. ¿Conoce usted qué es turismo de Salud/Bienestar?	56
Figura 32. ¿Ha realizado usted este tipo de turismo?	56
Figura 33. ¿Si lo ha realizado, fue de su agrado?	57
Figura 34. ¿Dónde se hospeda al realizar un viaje a la playa?	57
Figura 35. ¿Cuenta usted con un Smartphone, Tablet o computador?	58
Figura 36. ¿Cuántas horas por día usa de estos dispositivos?.....	58

Figura 37. Considera usted que el tiempo que usa tecnología durante el día es:	59
Figura 38. ¿Le gustaría un hospedaje en el cual usted podrá desconectarse de sus dispositivos inteligentes y evitar la mala alimentación, reemplazando todo esto en un hotel que ofrece servicios de terapias alternativas de relajación y alimentación sana?.....	60
Figura 39. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de hospedaje con servicio todo incluido (valor por persona, por noche)?.....	60
Figura 40. Diagrama de flujo de procesos de producción y operación.....	62
Figura 41. Macro-localización	63
Figura 42. Micro-localización.....	64
Figura 43. Plano Habitación Matrimonial	67
Figura 44. Plano Habitación Doble.....	68
Figura 45. Plano Suite.....	69
Figura 46. Plano Distribución General	70
Figura 47. Visualización área de piscina	71
Figura 48. Visualización área de habitaciones.....	71
Figura 49. Visualización Habitación Matrimonial.....	72
Figura 50. Visualización Suite.....	72
Figura 51. Logo Ananda Digital &Body Detox Hotel.....	80
Figura 52. Organigrama.....	82

ABSTRACT

The main purpose of the proposed project is the development of a study focused on the quantitative method to recognize and evaluate the feasibility of a Digital & Body Detox Hotel, the same that will be located in Data Villamil, Playas of Ecuador. Nowadays the tourists have as a trend on their trips to escape of the stress that they are exposed from the daily routine, because of this reason, the hotel will provide the service of Body Detox in which consists in healthy food accompanied by alternative treatments and physical and mental relaxation. People can obtain the wellness that they are expecting, by a restfulness stay without any kind of distraction, that holds them back from enjoying their stay, so this hotel include the Digital Detox service the one that is performed by refraining from using electronic devices, because in Ecuador a lot of the population have some kind of electronic device, which in most of the cases is used more than 8 hours daily. In this manner this project becomes a new option for the health tourism in the Ecuadorian market offering the tourists a peaceful accommodation, within the facilities that the hotel offers, embracing a great moment.

Key Words: Digital Detox, Body Detox, Hotel, Wellness, Feasibility, Health Tourism.

RESUMEN

Este trabajo desarrollado bajo el enfoque cuantitativo permitió conocer y evaluar la factibilidad del proyecto hotelero “Digital &Body Detox”, el cual estará ubicado en Data Villamil en el cantón Playas de Ecuador. En la actualidad los turistas tienen como tendencia en sus viajes alejarse del estrés al que están expuestos en la rutina diaria, motivo por el cual el hotel contará con el servicio de Body detox que consiste en alimentación sana acompañada de terapias alternativas y de relajación física y mental. Para lograr el bienestar que las personas anhelan en una estancia tranquila sin ninguna clase de distracción que impida el disfrute de su estadía; se incluirá el servicio de Digital detox que se efectúa absteniéndose del uso de dispositivos electrónicos debido a que en el Ecuador gran parte de los habitantes cuentan con algún tipo de dispositivo electrónico, el cual es usado más de 8 horas diarias en la mayoría de los casos. De tal forma esta propuesta se convierte en una nueva opción de turismo de salud dentro del mercado Ecuatoriano que ofrece a los turistas una estadía de descanso dentro de las facilidades que ofrece el hotel disfrutando un momento de armonía durante su estadía.

Palabras Claves: Digital Detox, Body Detox, Hotel, Bienestar, Factibilidad, Turismo de Salud.

Introducción

El emprendimiento de Ananda Digital &Body Detox Hotel nace de la idea de que exista un establecimiento donde el huésped se pueda sentir realizado durante su estadía sin distracciones que le impidan el disfrute de la misma, razón por la que es requerido un ambiente que proporcione tranquilidad y armonía desde el check in hasta el check out del cliente.

Esta idea surgió debido a que en la actualidad el estrés causado por la mala alimentación y el excesivo uso de dispositivos electrónicos afecta el bienestar de la sociedad mundial y ecuatoriana; una de las nuevas tendencias de turismo se basa en alejarse del estrés generado por la rutina diaria y buscar nuevos destinos con diversas formas de recreación.

El fin de este proyecto será identificar y definir el perfil del mercado meta para el mismo, determinando las normas técnicas y legales necesarias para el diseño y su correcta operación para así poder estimar y evaluar su viabilidad financiera.

Dentro del primer capítulo se encontrarán referencias de proyectos de la misma índole que ya están establecidos dentro del mercado internacional, también los respectivos conceptos y leyes importantes para el desarrollo de la propuesta anteriormente planteada, también se ha utilizado un enfoque cuantitativo para la investigación con el objetivo de conocer la aceptación del negocio dentro del medio, de igual manera se emplearon diversos tipos de investigación como son el exploratorio y la descriptiva, a su vez el método de investigación deductivo para conocer la factibilidad del proyecto.

En el segundo capítulo se explica un análisis del macro entorno realizado a la sociedad ecuatoriana para poder medir sus riesgos externos de igual forma se realizó un análisis de la industria turística nivel del mercado hotelero para medir la rentabilidad del negocio a largo plazo. En este capítulo se elabora el diseño de la investigación delimitando la población de estudio para poder determinar el tamaño

de la muestra y el tipo de muestreo, para a través de encuestas, obtener el resultado de las preferencias del mercado seleccionado.

Los productos que se ofrecerán se explican dentro del capítulo tres, donde se detallan aspectos técnicos del proyecto, explicando cómo funcionarían los procesos de producción con los horarios específicos para cada producto, la ubicación del hotel y como estará distribuido tomando en cuenta la infraestructura y equipamiento necesario para su operación.

En el cuarto capítulo se identifican los elementos de la organización administrativa como el nombre de la empresa, su logo, misión y visión, de igual manera se dará a conocer el plan de marketing que usará para su mercado objetivo y buscar las estrategias necesarias para lograr posicionarse dentro del Ecuador. Finalmente en este mismo capítulo se presenta el estudio financiero de todo el proyecto detallando la inversión que se requerirá y se dará a conocer si este es factible.

Este emprendimiento es de gran importancia debido a que aunque no puede solucionar el problema que cruza en la actualidad la sociedad, puede ayudar a aliviar el efecto negativo causado por uso excesivo de dispositivos electrónicos y mala alimentación, basándose en tendencias saludables que presenta el turismo alrededor del mundo.

Planteamiento del problema

En la actualidad el estrés afecta a la sociedad provocando que las personas tengan una vida agobiante y con problemas de salud. Esto se da, entre otras causas, por el excesivo uso de celular y dispositivos electrónicos agregado a los malos hábitos alimenticios, razones por las cuales muchas personas no pueden disfrutar en su totalidad y lograr relajarse durante sus viajes.

Los últimos datos del INEC (2014), de la encuesta de tecnologías de la información y la comunicación indican que el 16,9% (1'261.944) de los ecuatorianos de 5 años y más poseen un teléfono inteligente. Esta cifra representa un crecimiento de 141% frente a 2011.

En cuanto a los datos de internet, el 40,4% de la población del Ecuador ha utilizado esta herramienta tecnológica en el último año. Según la encuesta del INEC, en el sector urbanístico el 47,6% de la población ha usado internet, en la rural se observa un crecimiento del 25,3% a diferencia del año anterior con un 17,8%. El estudio muestra que el acceso a internet en los hogares también se incrementó de 11,8% en 2010 a 28,3% en el 2013.

En relación a los malos hábitos alimenticios y el sedentarismo, la diabetes era la cuarta causa de muertes en el Ecuador en el año 2001. En el 2011 llegó a ser la primera causa seguida de las enfermedades hipertensivas. Tanto las enfermedades cardiovasculares (el 80% de casos), la diabetes tipo 2 (90% de los casos) y el 30% de los casos de cancer de colon y mamas, pudieron prevenirse con dieta y ejercicio.(Malo, 2013)

Debido a la oportunidad que se presenta para ofrecer un producto turístico que fomente la salud se propone analizar si la creación de un digital &body detox hotel en Playas Villamil de Ecuador será un proyecto factible en el país.

Justificación del tema

La propuesta de este hotel consiste en brindar a un determinado tipo turistas, un espacio para desconectarse de su vida cotidiana dentro de un entorno de relajación y un servicio novedoso que ofrece liberar el estrés causado por el uso muy frecuente de equipos electrónicos y por la mala alimentación. Para esto, se evaluará la posibilidad de implementar varias técnicas como el digital detox, los servicios de spa, aroma terapia y ejercicios de relajación corporal, acompañados de un servicio de comida que ayudará a la desintoxicación del cuerpo en un lugar moderno incluyendo todas las comodidades para la satisfacción de los visitantes.

Existen varias definiciones con respecto a las causas y efectos del “technostress” en las personas según Weil y Rosen (1997) son las formas de ser, ideologías, conductas o la fisiología negativa de una persona, que es originado por la tecnología ya sea directa o indirectamente.

En la actualidad existen tres variantes provenientes del tecnoestrés. La tecno ansiedad, que se define como una sensación de tensión y malestar causada por el uso de tecnología; la tecno fatiga, que causa en las personas un cansancio mental y crea incapacidad para asimilar nueva información de internet; y la tecno adicción, que se refiere a la necesidad incontrolable de usar la tecnología en todo momento.(Salanova, 2003)

El programa Digital Detox consiste en reemplazar cualquier aparato tecnológico por un momento de relajación y distracción, esto se realizará ofreciendo paquetes que incluirán caminatas organizadas, servicios de spa donde se podrán realizar masajes relajantes, así mismo se encontrarán piscinas con hidromasaje, baño turco, aroma terapia, yoga, aquagym y clases de meditación. Todos estos servicios se complementarán con una dieta diseñada para los clientes para poder desintoxicar el cuerpo, eliminarlo de las toxinas y recuperar energías perdidas.

Este proyecto es de gran importancia ya que, aunque no resuelve los problemas de estrés y salud que tiene la sociedad, será una alternativa más para las personas para que puedan aliviar el estrés, beneficiando de esta forma a ejecutivos y familias brindándoles un ambiente de tranquilidad y comodidad durante la estadía.

Se espera que este hotel cause un impacto positivo dentro de la sociedad ecuatoriana abriendo un nuevo esquema de servicio hotelero que ya se ha convertido en una tendencia en otras partes del mundo.

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar un estudio para conocer y evaluar la propuesta de un Digital & Body Detox Hotel y su factibilidad en Playas Villamil Ecuador.

Objetivos específicos

1. Identificar y definir el perfil del mercado meta para el proyecto.
2. Determinar las normas técnicas y legales necesarias para el diseño y la correcta operación de un digital & body detox hotel.
3. Estimar y evaluar la viabilidad financiera de la creación de un digital & body detox hotel.

CAPÍTULO 1

1. Marco Contextual y Metodológico

1.1.Marco Referencial

En la actualidad son cada vez más los hoteles que agregan a sus servicios el paquete de digital & body detox, con el propósito de que los turistas puedan disfrutar plenamente de sus vacaciones sin estar pendientes de sus dispositivos electrónicos. Es así como se encuentran alrededor del mundo hoteles dentro o fuera de la ciudad que incluye esta opción de desintoxicación.

Euromonitor Internacional (2013), empresa líder mundial de investigación de mercado, en asociación con WorldTravelMarket realizan todos los años el estudio WTM Global Trends, en el cual predicen las tendencias que se darán en la industria del turismo. En el informe que presentaron en el año 2012, dieron a conocer el Digital Detox como una nueva tendencia que se establece en el sector turístico, donde los hoteles ofrecen paquetes libres de tecnología con el fin de desconectarse de los dispositivos electrónicos.

Dentro de la industria hotelera que ofrecen programas digital detox se encuentran aproximadamente 90 establecimientos alrededor del mundo en los cuales se pueden localizar en distintas clasificaciones como hoteles de ciudad, ecolodges como también spa & resorts. (Digital Detox Holidays, 2012)

Entre las opciones de hoteles detox se pueden encontrar en Latinoamérica los hoteles Vía Yoga en México (dos hoteles) y Costa Rica (un hotel) que se localizan en zona costera.

Vía Yoga se creó en el año 2002 por Kelly Kemp, junto a su amiga una instructora de yoga Michelle Gantz. Su idea fue crear un lugar donde las personas puedan bajar su ritmo de vida y escapar de sus agitado estilos de vida; dentro del Vía

Yoga los huéspedes tienen la opción de probar cosas nuevas como surfear realizar Pilates y Yoga.

La idea de estas jóvenes emprendedoras vino de un viaje realizado en Sayulita, México, donde crearon el primer Vía Yoga Hotel. Después de ver la gran acogida que tuvieron decidieron aperturar dos nuevos hoteles uno en Los Santos, México y otro en Costa Rica. (Vía Yoga, 2002 - 2015)

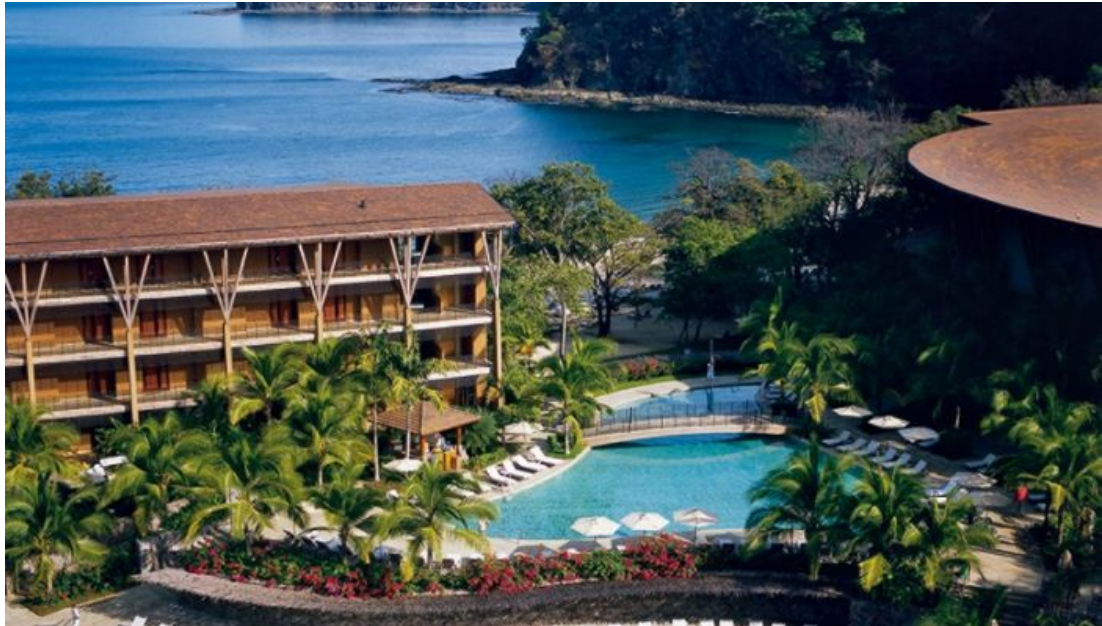


Figura 1: Vía Yoga Hotel, México
Fuente: Vía Yoga Hotel

Una de las más grandes cadenas hoteleras del mundo como es la del Four Seasons ha implementado este tipo de programa hotelero “desconectar para reconectar” en dos de sus localidades Guanacaste, Costa Rica y Hampshire, Inglaterra.

La idea de esto empezó cuando los trabajadores del hotel notaron que los huéspedes pasaban más tiempo atentos a sus dispositivos electrónicos en lugar de apreciar la belleza natural del lugar. El objetivo del hotel es retar a sus huéspedes a dejar sus dispositivos electrónicos en la recepción, para brindarles un servicio de

relajación con Yoga, tratamientos de Spa y clases de reflexión espiritual; el propósito de todo esto es restaurar el cuerpo y la mente a sus estados naturales. (Travis, 2015)



*Figura 2. Hotel Four Seasons, Costa Rica
Fuente: Digital Detox Holidays*

1.2. Marco Teórico

1.2.1. Turismo

La Organización Mundial de Turismo (OMT, s.f.) define el turismo como un fenómeno social, cultural y económico; que implica el movimiento de personas a países y lugares fuera de su entorno habitual ya sea por un propósito personal o de trabajo. Estas personas son llamadas turistas o excursionistas.

De la Torre (1990) define el turismo como un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad remunerada.

1.2.2. Tipos de turismo

La clasificación que se da a los tipos de turismo según Quesada (2010) es realizada en base a las distintas motivaciones que tienen las personas para realizar sus viajes. Con esta categorización establecida se puede saber con mayor exactitud las necesidades de cada segmento de mercado y así saber qué servicio se les puede ofrecer.

Cada tipo de turismo a su vez puede ser dividido en distintas modalidades según las distintas actividades turísticas que realicen los turistas y sus específicas particularidades.

Quesada (2010) clasifica los tipos de turismo y sus modalidades de la siguiente manera:

1. Turismo cultural

- Religioso
- Político
- Posguerra
- Arquitectónico y monumental
- Gastronómico
- Artístico
- Folclórico
- Educativo

2. Turismo deportivo

- Por participación en un evento deportivo
- Por practica o aprendizaje de un deporte
- Por alguna competencia deportiva

3. Turismo de placer o de recreo

- Sol y playa
- Parques de atracciones

- Casinos y centros nocturnos
 - Hoteles temáticos
 - Muchas otras formas de entretenimiento
4. Turismo de salud
 - Fuentes termales
 - Centros especializados (SPA)
 - Tratamientos médicos y cirugías
 - Turismo de bienestar
 5. Turismo de negocios
 - Congresos y convenciones
 - Viajes de incentivos
 - Ferias y exposiciones
 6. Turismo naturalista
 7. Turismo sostenible
 - Naturaleza
 - Agro ecoturismo
 - Turismo rural
 8. Otros tipos de turismo
 - Aventura
 - Alternativo
 - Libertino

Turismo de Salud

Se considera turismo de salud cuando las personas realizan un viaje a un destino específico por el entorno que tiene el lugar para recibir un tratamiento o terapia y a su vez el turista puede recuperarse y descansar. (Quesada Castro, 2010)

Turismo de Bienestar

Tipo de turismo que forma parte del turismo de salud, también conocido como turismo wellness y que comprende a las personas saludables que viajan a otro país, otra ciudad o región en busca de servicios unificados, preventivos que mejoren su bienestar personal. Este sector incluye proveedores de una amplia gama de servicios para los turistas wellness o de bienestar. (Yeung, 2010)

El turismo de bienestar es en que se visitan lugares donde funcionan spas médicos, albergues eco turísticos ya sea un lugar de playa o montaña, que brindan una alimentación especial, masajes, baños saunas y de vapor, aguas termales, exfoliaciones, técnicas de meditación y relajamiento (yoga o taichí), musicoterapia o cualquier técnica de relajación y enriquecimiento espiritual. (Quesada Castro, 2010)

Turismo consciente

En mayo del 2011, el Ministerio de Turismo (2012) presentó la iniciativa denominada Turismo Consciente, asegurando que “El Turismo Consciente es una experiencia de vida transformadora, que genera un crecimiento personal para ser mejores seres humanos, que promueve además los valores de la paz, amistad y el amor a la vida, como esencia de la práctica turística.”. Además, este nuevo concepto se sustenta en los principios de sostenibilidad y ética y constituye un pacto de convivencia, responsabilidad, respeto mutuo y comunión entre los agentes turísticos de las comunidades receptoras y emisoras, el turista y el patrimonio natural y cultural. Es un concepto vivo, dinámico y en constante construcción que constituye la experiencia del dar y recibir.

Esta iniciativa fue aceptada, respaldada y firmada en la Declaración conjunta, por el Secretario General de la Organización Mundial de Turismo, el Sr. Taleb Rifai, y los 23 países de Iberoamérica en la Conferencia Iberoamericana de ministros de turismo donde se presentó este concepto.

El concepto de Turismo Consciente fue presentado en el Ecuador el 27 de junio del año 2011 desde el Volcán Pululahua ubicado en la Mitad del Mundo, con el propósito de realizar una reflexión sobre el Declaración propuesta del turismo consciente.

En Londres en el año 2012 en el WorldTravelMarket, autoridades de turismo del mundo plantaron la posibilidad de una reunión para diseñar un “Plan Maestro de Turismo Consciente”. Este Plan busca incluir nuevas propuestas como son las “vacaciones de desintoxicación digital” donde los turista puedan disfrutar a pleno de sus viajes desconectándose de sus dispositivos electrónicos, logrando un disfrute de los destinos que se visiten. (Ministerio de Turismo, 2012)

1.2.3. Alojamiento

Alojamiento u Hospedaje es un servicio prestado por un establecimiento de alojamiento turístico destinado a la pernoctación de una o varias personas de forma no permanente a cambio de una tarifa establecida. (Ministerio de Turismo , 2015)

El alojamiento hotelero es la forma de estadía más utilizada dentro del mercado turístico, en el cual se puede encontrar diversas tipologías para la pernoctación del turista según las necesidades que este requiera. (Esteve, Fuentes, Martín & Torres, 2006)

Clasificación de alojamiento

Las categorías de los establecimientos de alojamiento turístico según la clasificación oficial en el Ecuador son:

*Tabla 1.
Clasificación de alojamiento*

Clasificación del establecimiento de alojamiento turístico	Categorías asignadas
Hotel	2 estrellas a 5 estrellas
Hostal	1 estrella a 3 estrellas
Hostería – Hacienda Turística	3 estrellas a 5 estrellas
Lodge	
Resort	4 estrellas a 5 estrellas
Refugio	Categoría única
Campamento turística	Categoría única
Casa de huéspedes	Categoría única

Fuente: Reglamento de Alojamiento Turístico 2015 (Ministerio de Turismo)

1.2.4. Hotel

El Ministerio de Turismo (2015), en el Reglamento de Alojamiento Turístico lo define como:

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo, cuenta con el servicio de alimentos y bebidas en un área definida como restaurante o cafetería, según su categoría, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar como mínimo de 5 habitaciones. (Registro Oficial No. 465, Art 12, literal a, p. 7)

Tipos de hotel

Existen varias formas de clasificar los hoteles según Ingram & Medlik(2000) entre estas se encontraron las siguientes.

Según la locación

- Hotel de ciudad
- Hotel de montaña
- Hotel de campo
- Hotel de Playa
- Hotel de carretera
- Hotel de aeropuerto
- Motel (Carretera)

Según el propósito de vista

- Hotel vacacional
- Hotel de negocios
- Hotel de convenciones
- Hotel turístico

Según las facilidades y servicios que ofrece

- Hotel Apartamento

1.2.5. Digital Detox

Según el Diccionario de Oxford el término “Digital Detox” se refiere al periodo de tiempo durante el que una persona se abstiene de usar dispositivos electrónicos como son los smartphones o computadoras, considerando este tiempo

como una oportunidad de reducir el estrés y enfocarse en la interacción social en el mundo físico.(Oxford University , 2013, s.p.)

Dentro de la industria del turismo la propuesta de desintoxicación digital comenzó pocos años atrás con campañas dentro de restaurantes, donde buscaban que las personas socialicen entre ellas sin distracciones electrónicas; entre las iniciativas dentro de los restaurantes se encuentran las comidas a mitad de precio para aquellas personas que apaguen sus teléfonos y así poder conversar entre ellos; otra alternativa son los restaurantes sin Wi-Fi en donde los restaurantes aparte de no contar con Wi-Fi bloquean todas las señales inalámbricas, es así que ciertos restaurantes en sus entradas cuentan con carteles que dicen “No tenemos Wi-Fi hablen entre ustedes”. Así también han surgido juegos como el “PhoneStack” consiste en que una vez que los comensales han ordenado su comida dejen sus celulares en medio de la mesa, el primero que lo coja paga la cuenta. (Cárdenas, 2014)

Nuevos términos han surgido como es el phubbing que viene de la fusión de las palabras “phone and snubbing” (“teléfono e ignorar”) definiéndolo como el acto de desairar a una persona por no despegar la atención del dispositivo móvil; el termino fue introducido en el año 2007 en Estados Unidos con la aparición de los smartphones. Así mismo surgen nuevas enfermedades una de ellas muy reciente es la denominada nomofobia surge de las palabras en inglés (no-mobile-phone-phobia), el cual se define como un trastorno que lleva al miedo irracional por el no llevar consigo el celular o al momento de que se le agote la batería. (Gutiérrez, 2015)

1.2.6. Body Detox

Frank Lipman reconocido doctor que en la actualidad se dedica a la medicina alternativa, en sus libros describe a la desintoxicación como el proceso natural de cuerpo a través del cual neutraliza o se deshace de las toxinas no deseadas, cuando se habla de métodos de desintoxicación corporal se refiere a mejorar y optimizar el funcionamiento de los sistemas de desintoxicación con las que el cuerpo

ya cuenta. Para lograr esto es necesario disminuir la cantidad de toxinas que se ingieren y aumentar los nutrientes que el cuerpo necesita para funcionar correctamente, apoyando a los sistemas de desintoxicación corporales.

En la actualidad las personas están muy conscientes de la limpieza externa, limpiando sus dientes a diario, tomando duchas y lavando el cabello una o más veces al día. A todas las personas les gusta verse y oler limpio porque los hace sentir mejor. Del mismo modo se debe ver la desintoxicación como la limpieza interna del cuerpo, el problema es lo difícil denotar cuando nuestros mecanismos internos de limpieza no están funcionando bien. El hígado es el órgano más importante para una correcta desintoxicación ya que además de sintetizar y secretar la bilis, actúa como un filtro para las toxinas y bacterias en la sangre y neutraliza las toxinas químicamente, convirtiéndolos en sustancias que pueden ser eliminados por los riñones.

El principal propósito de un programa de desintoxicación es apoyar a los órganos del cuerpo para que eliminen las toxinas y puedan ser metabolizadas y excretadas. Ya que un sistema de desintoxicación efectiva es necesaria para tener buena salud. (Lipman, 2010)

1.3.Marco Legal

LEY DE TURISMO

De Capítulo No I, de la Ley de Turismo: las generalidades (Ministerio de Turismo, 2008) se toman los artículos 2 y 3:

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país;
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos. (s. p.)

Como establece la Ley de turismo en el capítulo II Art.5, se considera el alojamiento como una actividad turística desarrollada por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada del servicio de alojamiento de modo habitual.(Ministerio de Turismo, 2008)

En el Art. 8 se indica que para poder ejercer actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujete a las normas técnicas y de calidad que se encuentren en vigencia.(Ministerio de turismo, 2008)

CAPITULO V: DE LAS CATEGORÍAS

Art. 19.- El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría. (Ministerio de turismo, 2008).

El Reglamento General de la Ley de turismo define para efectos de las disposiciones de la Ley de turismo en el Art. 43 el termino alojamiento turístico, como el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje. (Ministerio de turismo, 2008)

REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

CAPITULO II: DEL PROCEDIMIENTO DE LICENCIAMIENTO

Art. 11.- Del procedimiento y requisitos de licenciamiento anual de funcionamiento.- Para el proceso de licenciamiento de los establecimientos de alojamiento turístico, la Autoridad Nacional de Turismo o el Gobierno Autónomo Descentralizado al cual se le haya transferido la competencia de licenciamiento, deberá solicitar como requisito indispensable el certificado de registro de turismo y los demás que sean requeridos conforme a la normativa vigente; de ser el caso.

El procedimiento de obtención de la licencia única anual de funcionamiento será realizado obligatoriamente mediante la herramienta en línea de la Autoridad Nacional de Turismo, o de acuerdo al procedimiento establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado al cual se le haya transferido la competencia, según corresponda.(Ministerio de turismo, 2015)

Los requisitos para obtener la licencia única anual de funcionamiento (Ministerio de turismo, 2015), aparte del registro de turismo serán los siguientes:

- a) Pago del impuesto predial.
- b) Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto de renta correspondiente.
- c) Pagos por concepto de renovación de licencia única anual de funcionamiento, de ser el caso.
- d) Estar al día en el pago de las obligaciones previstas en la Ley de Turismo y normativa pertinente.

Una vez obtenida la licencia única anual de funcionamiento según el procedimiento establecido, se deberá contar con dicho documento para su exhibición, en un lugar que sea visible para el huésped.

TITULO SEGUNDO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS

CAPITULO I: DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y SU CATEGORIZACIÓN

De Reglamento de Alojamiento Turístico (Ministerio de turismo, 2015), se exponen los artículos:

Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen

a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

CAPITULO II: DEL REGISTRO ÚNICO DE TURISMO

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

Art. 48.- Pago por concepto de registro.- El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente.

CAPITULO IV: DE LA LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

Art. 55.- 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.

REQUISITOS OBLIGATORIOS

De acuerdo con lo que estipula el artículo 15 y 16 del Reglamento de Alojamiento Turístico, los ANEXOS I y II muestran los requisitos obligatorios y de categorización de los establecimientos de alojamiento turístico. (Ministerio de Turismo, 2015)

Licencia Ambiental

Es un paso previo que debe ser realizado por una persona jurídica o natural, ante la autoridad competente para la realización de un proyecto que pueda causar impacto ambiental. En esta licencia se establecen las obligaciones, requerimientos y condiciones que un proyecto debe cumplir para prevenir efectos en el ambiente. (Ministerio del Ambiente, 2004)

Requisitos

- Certificado de Intersección con el Sistema de Áreas Protegidas (SNAP), Bosques Protectores (BP) y Patrimonio Forestal del Estado (PFE).
- Solicitud de la aprobación de los Términos de Referencia (TdR).
- Solicitud de la aprobación del Estudio de Impacto Ambiental (EIA) y Plan de Manejo Ambiental PMA.

- Solicitud de la emisión de la Licencia Ambiental para la realización del proyecto.

Licencia única anual de funcionamiento

Todos los ciudadanos o empresas que realicen una actividad que sea categorizada por el ministerio de turismo deben de contar con esta licencia. Para poder completar el proceso de la obtención y usanza de la misma es necesario cumplir con todas las instancias el costo de la misma oscila entre los \$10 y \$30 dependiendo de la actividad y es entregada aproximadamente en 48 horas. (Secretaría Nacional de la Administración Pública, 2012)

Requisitos:

- Copia de papeleta de votación y cedula de identidad.
- Copia del último recibo de pago
- 1 tasa administrativa por año
- Copia del Certificado de Registro del Ministerio de Turismo
- Copia del pago (1X1000) sellado por el Ministerio de Turismo
- Copia del certificado de salud
- Copia del certificado del cuerpo de bombero
- Cumplimiento de la Normativa ambiental aplicable a cada caso.

1.4.Marco conceptual

Turismo de salud: Consiste en realizar viajes fuera o dentro del área que se reside, por un determinado tiempo, con el propósito de recibir algún tratamiento o servicio relacionado con la salud. (Quesada Castro, 2010)

Digital Detox: El termino Digital Detox se refiere a la desintoxicación del uso de tecnologías como los smartphones, internet, durante un determinado periodo

de tiempo para lograr escapar de la agitada vida cotidiana y la rutina, dejando a un lado la dependencia hacia estas mismas tecnologías. (Oxford University , 2013)

Body Detox: Se deriva de los beneficios que aporta a la salud que se obtienen mediante tratamientos, buena nutrición, dietas, actividades para el cuerpo y la mente, consiguiendo que el cuerpo depure toxinas, y reduzca el estrés. (Lipman, 2010)

Hotel: Se define como un establecimiento que ofrece servicio de alojamiento por un determinado tiempo que el huésped requiera. Los hoteles se clasifican por estrellas según los diversos servicios que brinden. (Ministerio de Turismo , 2015)

Bienestar: Es el estado de sentirse bien consigo mismo, así mismo de gozar de buena salud tanto física como emocional. También comprenden aquellas cosas necesarias para cada persona de sentirse satisfecho. (Quesada Castro, 2010)

Factibilidad: Se define como el término que se puede realizar algo propuesto mediante los recursos que se encuentran a disponibilidad. (Ávila, 2006)

SPA: Se conoce como SPA a los centros que utilizan varias técnicas a base de recursos como el agua con el fin de ayudar a las personas de manera positiva. Los centros de SPA vienen desde antiguas culturas griegas y romanas, donde se servían de las cualidades del agua, fue ahí donde apareció el término *Salutem Per Aquaque* son actualmente las siglas de SPA. (Mourelle, Mejjide, Freire, Maraver, & Carretero, 2009)

Aroma terapia: La aroma terapia consiste en utilizar sustancias naturales con variedad de olores, llamados también aceites esenciales, su extracción se realiza de plantas salvajes o cultivadas, de las cuales siempre serán de mejor efectividad las plantas salvajes ya que las cultivadas por lo regular tienen manipulaciones anti naturales y pierden sus principios naturales, llegando hasta ser totalmente inutilizables para efectos terapéuticos en ciertas ocasiones.

Existen muchas fuentes para la obtención de estos aceites esenciales ya sea de flores, frutas, hierbas, semillas, cortezas, y otras. Cada uno de ellos con diferentes beneficios y efectos en las personas. (Ryman, 1995)

Yoga: Se define como una disciplina que comprende tres técnicas fundamentales como son las posiciones, respiración y meditación, estas llevan a un estado de relajación y meditación comprometiendo la mente, emociones y el cuerpo. (San José, 2003)

Taichí: El Taichí es un antiguo ejercicio chino para la mente y el cuerpo, que mediante un estado mental calmado se realizan movimientos fluidos y relajados. Es un ejercicio que mejora la flexibilidad, el equilibrio y la coordinación. (Yu, 2003)

1.5. Metodología

De acuerdo a Ávila (2006) el estudio de la metodología es utilizado para dar a conocer la forma en la que se desarrollará la investigación con el objetivo de resolver las preguntas planteadas en la investigación y probar las hipótesis. Se exponen entre otros aspectos las técnicas y métodos a utilizar, así como también los instrumentos de medición y procedimientos planteados.

1.5.1. Enfoque Cuantitativo de la investigación

El enfoque cuantitativo según Gómez (2006) es aquel que mediante la recolección y análisis de datos logra contestar preguntas de investigación, este tipo de enfoque se basa en la medición numérica, el conteo y el uso de estadísticas. Tiene una idea principal que genera preguntas de investigación y de estas se derivan varias hipótesis y se definen variables. Para la interpretación de sus resultados es necesario utilizar gráficos ya que estos son informes estadísticos.

Para el estudio de este proyecto es necesario basarse en el enfoque cuantitativo ya que los resultados que se busca obtener son objetivos y es necesario conocer la aceptación del proyecto en el país y de un determinado tipo de turista, mientras a su vez se estudia la factibilidad del mismo.

1.5.2. Tipo de investigación

Exploratoria

Fernández (2004) define la Investigación exploratoria como: "La más apropiada para realizar una primera aproximación al problema porque facilita un primer reconocimiento del problema planteado y de las posibles acciones a desarrollar". (p.31)

Con esta técnica se realiza una exploración general del entorno y el mercado turístico para estudiar las tendencias y preferencias que permitan definir el mercado de estudio del proyecto.

Descriptiva

Según Mohammad (2005) la investigación descriptiva es una forma de estudio para contestar las preguntas: ¿Quién?, ¿Dónde?, ¿Cuándo?, ¿Cómo?, y ¿Por qué? se está estudiando dicho tema. Toda la información que se obtiene en este tipo de estudio debe de explicar perfectamente la organización, el consumidor, objetos, conceptos y fuentes.

En este proyecto es necesaria la utilización de la investigación descriptiva para poder describir las características de los turistas en el Ecuador y saber cuáles de estos usarían el tipo de alojamiento que brinda el mismo, para de esta manera sustentar la viabilidad del proyecto.

1.5.3. Método de investigación

Método deductivo

Según Bernal (2006) el método deductivo es un método de razonamiento que consiste principalmente en generar conclusiones para dar explicaciones de un tema en particular. Este método generalmente inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, y otros que deben ser datos con una validez comprobada y de aplicación universal, para así de esta forma poderlos aplicar a hechos o soluciones en particular.

Este método es aplicado en el proyecto para poder conocer los resultados de la investigación de mercado y que permitan estimar la factibilidad del proyecto.

CAPÍTULO 2

2. Investigación del entorno

2.1. Análisis del macro entorno

Según Martínez y Milla (2012) es importante siempre realizar un análisis del macro entorno y su situación actual para de este modo poder detectar tendencias pasadas, actuales y futuras en la sociedad, esto se logra si se predice los cambios que van a acontecer. La metodología indicada para realizar este análisis es una investigación basada en medir los riesgos externos con los que se afrontara, esto se realiza estudiando los factores más importantes del entorno como lo son el factor político, económico, social y tecnológico esto es llamado análisis PEST en el cual también se puede incluir el factor ambiental que es elemental en la realización de nuestro proyecto.

2.1.1. Político

Del Art. 1 de la Constitución de la República del Ecuador: “El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada”. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008, p. 16)

Mediante el factor político las empresas pueden observar si es conveniente invertir en un país, por las leyes que existen. En la actualidad el Gobierno de Ecuador se encuentra a cargo del Econ. Rafael Vicente Correa Delgado desde el 15 de enero del 2007 día en que asumió el cargo bajo el movimiento político Alianza País.

El actual gobierno de igual manera ha aportado con impulsar el turismo tanto interno como así también dar a conocer al país internacionalmente, es como se crean

campañas como All you need is Ecuador, promocionándolo como un país mega diverso.

El ministerio de turismo creo el PLANDETUR 2020 el cual plantea el desarrollo del turismo sostenible en el Ecuador para así tener un mejor uso de los recursos y beneficiar a los pueblos. Es así que como dentro de su cuarto objetivo plantea “generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes...”(Ministerio de Turismo, 2013, p. 128)

2.1.2. Económico

En el Ecuador se ha visto una reducción constante desde el 2009 hasta junio 2013 en la tasa del desempleo, donde ha crecido representativamente hasta junio 2014.

La tasa de empleo ha crecido significativamente desde junio del 2010 hasta junio del 2013 donde tuvo una leve decaída que se recuperó en diciembre de 2013 y siguió aumentando hasta junio del 2014.

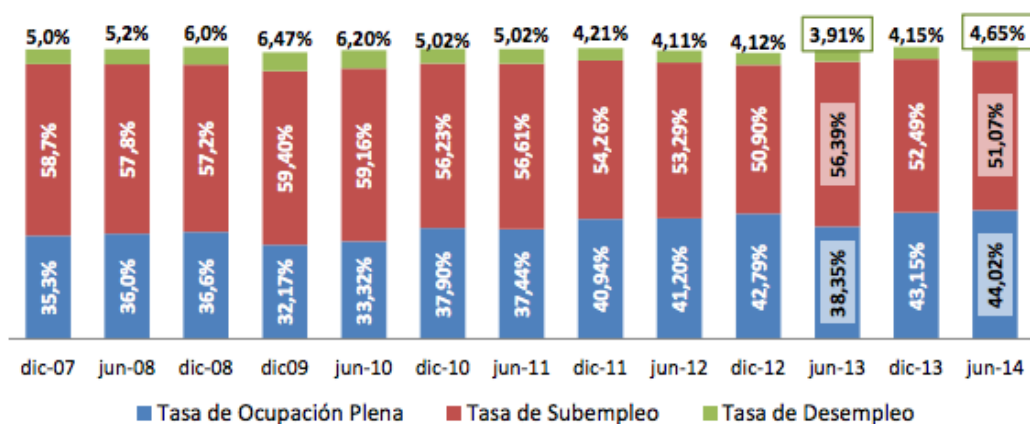


Figura 3. Encuesta de empleo, Subempleo y desempleo 2007- 2014

Fuente: INEC

En el perfil económico actual del país existe un gran beneficio debido a que el Banco Central del Ecuador demuestra en su estudio macroeconómico que en el año 2012 el país presentó un gran avance siendo uno de los países con mayor crecimiento de América del Sur con una tasa de crecimiento del PIB de 5,1% siendo mayor al del promedio que fue de 3,7%.

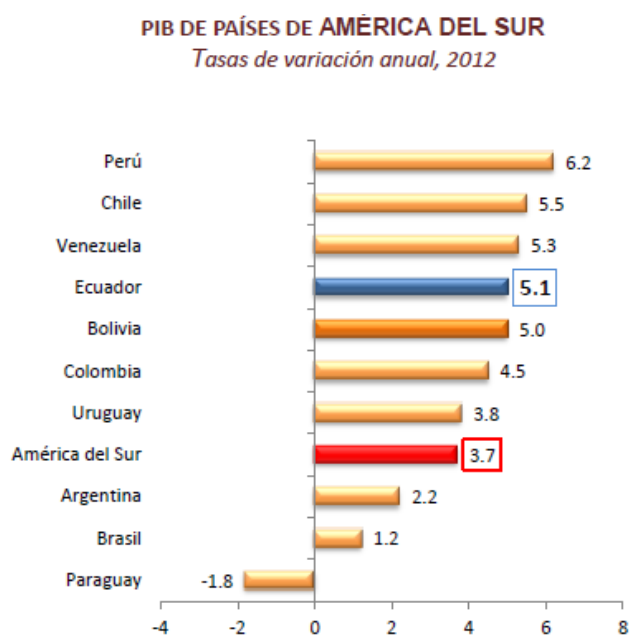


Figura 4. PIB Variación anual por países de América del Sur
Fuente: Banco Central del Ecuador

En el mes de enero del 2015 el Banco Central del Ecuador calculo una tasa de inflación promedio de 0,59%, siendo una tasa menor con referencia a la del mismo mes en el año 2014 que fue de 0,72%; estudio en el cual la tasa de inflación del rubro de Restaurantes y Hoteles tuvo un registro mayor al promedio general.

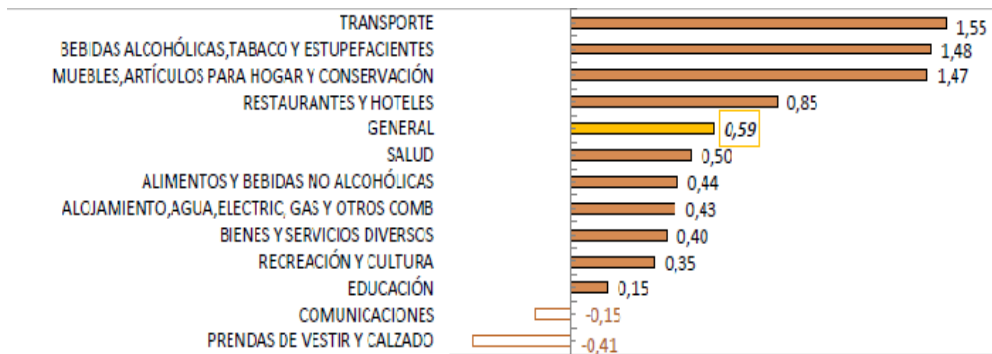


Figura 5. Inflación mensual del IPC y por divisiones de consumo
Fuente: Banco Central del Ecuador

En el estudio de la tasa inflación anual de enero del 2015 se reflejó un porcentaje de 3,53% siendo superior con referencia al del mismo mes del 2014 que fue de 2,92%.

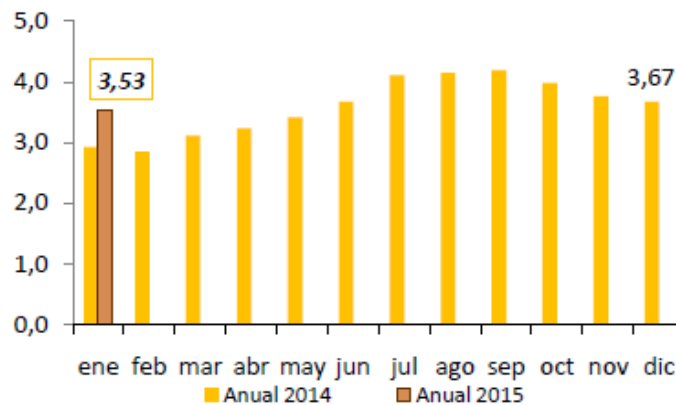


Figura 6. Inflación mensual 2014 y enero 2015
Fuente: Banco Central del Ecuador

Teniendo en cuenta los estudios económicos realizados por el banco central de enero del 2013 a septiembre 2014 el turismo tiene el tercer lugar de ingreso de divisas en la economía del Ecuador. Reflejando en el 2013 ingresos por \$900,6 millones y en el 2014 ingresos por \$1.086,5 millones.

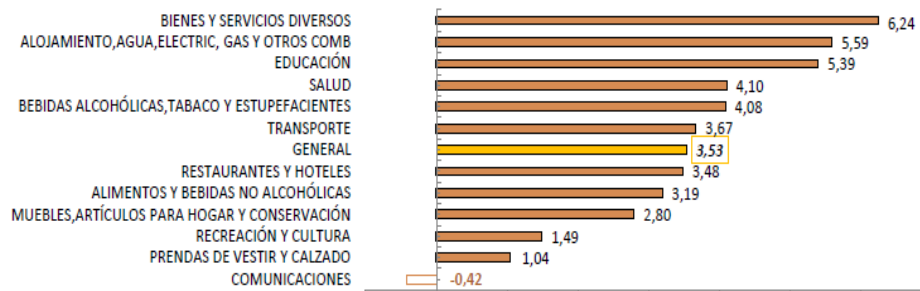


Figura 7. Inflación anual por segmentos de consumo
Fuente: Banco Central del Ecuador

En base a la Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico del año 2011 realizada por la INEC a 9.744 viviendas del área urbana de Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato. Se vio reflejado que los hogares de Ecuador se dividen en cinco estratos, el estrato A (1,9%), el B (11,2%), el C+ (22,8%), el estrato C- (49,3%) y el en nivel D (14,9%).

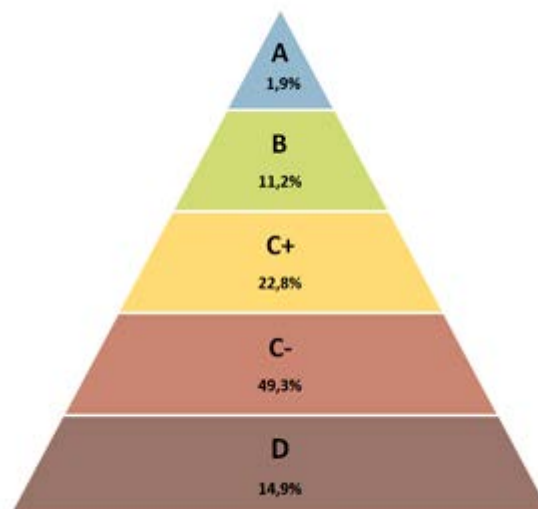


Figura 8. Estratificación del Nivel Socioeconómico
Fuente: INEC

Para poder realizar esta encuesta el INEC utilizó 25 preguntas, y cada estrato se define según los puntos que cuenta cada nivel tomando como referencia que el grupo socioeconómico A debe de tener de 845 a 1000 puntos, el B de 696 a 845 puntos, el C+ de 535 a 696 puntos, el C- de 316 a 535 puntos y el grupo D de 0 a 316

puntos. Para poder calificar el número de puntos sobre 1000 que tenía cada hogar se tomó en cuenta un porcentaje específico para cada dimensión de estudio teniendo en la dimensión de vivienda un 24%, en educación un 17%, económica un 17%, en los bienes 16%, en la tecnología 16% y para finalizar en sus hábitos de consumo con un 10%.

En base a esos parámetros se consideró el Nivel A como estrato socioeconómico alto, el Nivel B como un estrato medio alto, el Nivel C+ como la clase media, el Nivel C-como medio bajo y para finalizar el Nivel D como estrato bajo.

2.1.3. Socio cultural

Los feriados ayudan a fomentar el turismo interno, es así que en Ecuador los días festivos se celebran de distinta manera en las diversas provincias según la cultura, es por ello que se promueve a la realización de viajes mediante festivales típicos que cada ciudad ofrece. En la siguiente tabla se puede observar la estimación de viajes turísticos en feriados con relación a los años 2009 a 2012.

ESTIMACIÓN DE VIAJES TURÍSTICOS EN FERIADOS
TURISMO INTERIOR (residentes y no residentes)

	2009	2010	2011	2012
Carnaval	803.022	961.141	1.103.003	1.073.022
Semana Santa	745.483	804.065	730.466	710.811
1° de Mayo	569.556			
24 de Mayo		612.950	577.437	
10 de Agosto	685.041	627.095	604.252	
9 de Octubre	607.803			
2 - 3 Noviembre	763.535	914.907	1.044.016	
Diciembre (Navidad)	432.177	466.751	347.563	
Diciembre (Fin de Año)	449.610	485.706	596.904	
	5.056.227	4.872.615	5.003.641	

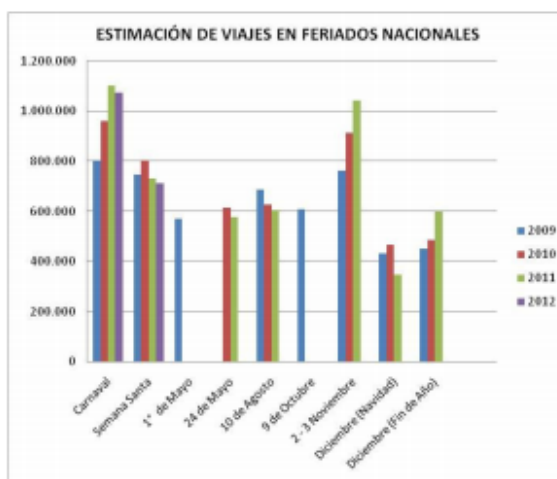


Figura 9. Estimación de viajes turísticos en feriado turismo interior

Nota: No existen datos en las fechas de los recuadros sombreados.

Fuente: Ministerio de Turismo

El tiempo que dedican la población ocupada de 12 años y más en el Ecuador para trabajo y para tiempo personal varía dependiendo del sexo. En el siguiente gráfico se observa que las mujeres dedican el 46% de su tiempo al trabajo remunerado y no remunerado y el 54% de su tiempo es dedicado a sus cosas personales, los hombres a diferencia de las mujeres solo dedican un 40% de su tiempo al trabajo remunerado o no remunerado y un 60% a espacio personal.

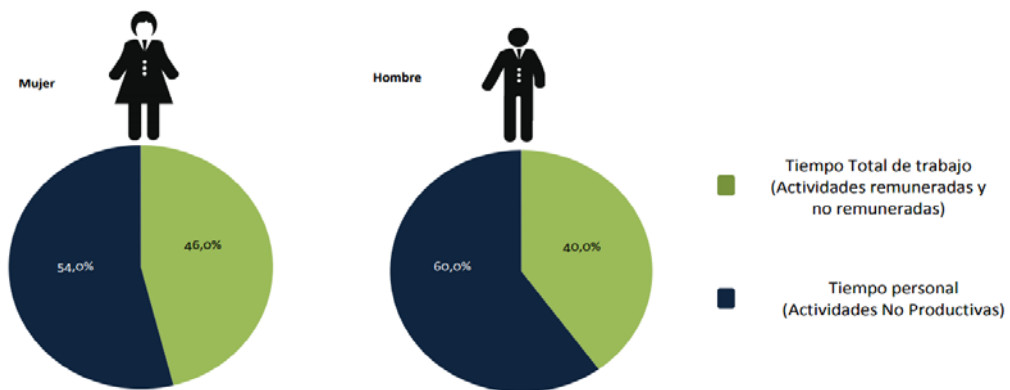


Figura 10. Distribución del Tiempo Total por sexo.
Fuente: INEC

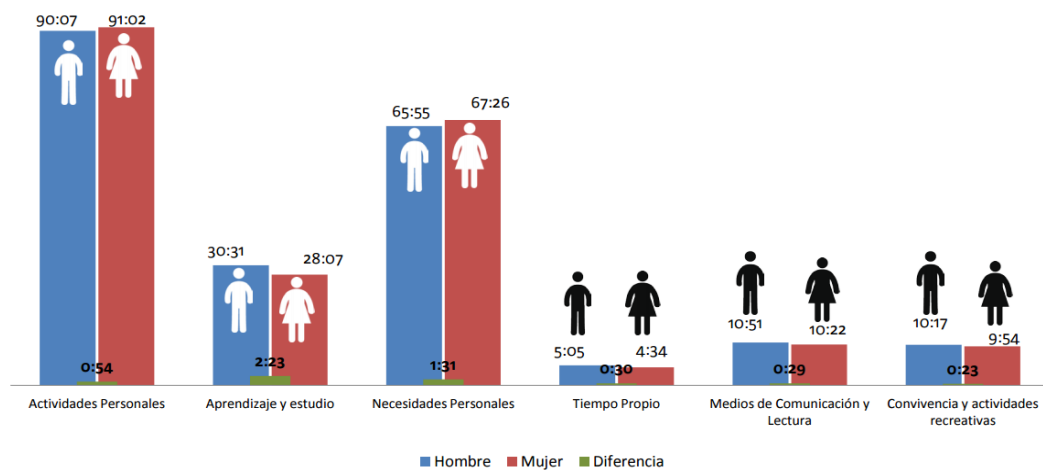


Figura 11. Tiempo de actividades personales.
Fuente: INEC

Dentro del tiempo personal se encontró que la mayoría del tiempo es usado semanalmente para actividades personales con 54 minutos y solo se emplea 23 minutos semanales a las actividades de convivencia y de recreación.

2.1.4. Demográfico

De acuerdo a los datos del INEC con referencia a la población nacional del Ecuador, el país registra un crecimiento en el año 2010 del 1,95% es decir la población total comprende 14.483.499 millones de habitantes.

En el censo del 2010 realizado por el INEC se puede ver que el 4,6% de la población es de sexo masculino y el 50,4% femenino. En las últimas dos décadas se ve una disminución en la población menor a 5 años debido a que en la actualidad el número de hijos que tiene una mujer ha decrecido, la edad promedio que registra el país es de 28 años de edad.

*Tabla 2.
Estado conyugal en el Ecuador*

Estado Conyugal*	Total	Hombre	Mujer
Soltero	3.960.653	39,7%	33,4%
Casado	3.521.424	32,7%	32,3%
Unido	2.214.067	20,7%	20,2%
Separado	526.860	3,7%	6,0%
Viudo	413.296	1,9%	5,7%
Divorciado	203.393	1,4%	2,4%

Fuente: INEC Censo del 2010

En el Ecuador se registra una mayoría en las personas de ambos sexos con un estado civil soltero con un 36,5%, seguido de las de estado civil casado con 32,5% y se puede observar una minoría en los de estado civil divorciado con un porcentaje de 1,9%.

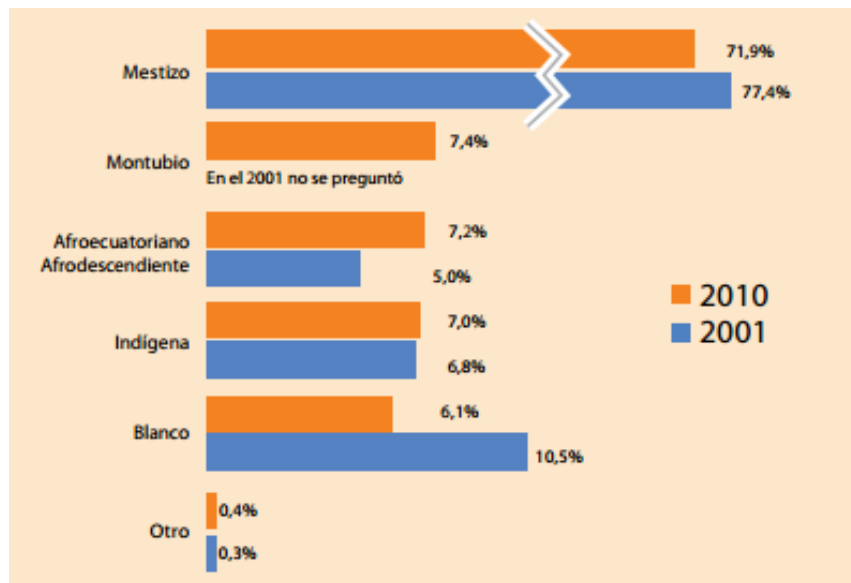


Figura 12. Identificación de razas en el Ecuador
Fuente: INEC Censo del 2010

Como se puede observar en la imagen anterior la mayoría de la población del Ecuador es de raza mestiza abarcando un 71,9%, también es notable el crecimiento de porcentaje de raza afro ecuatoriano e indígena y la gran disminución de los mestizos y blancos si se compara con el censo del 2001.

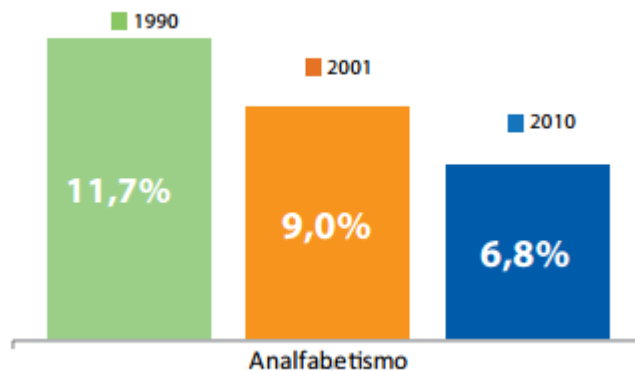


Figura 13. Nivel de analfabetismo en el Ecuador
Fuente: INEC Censo del 2010

La tasa de analfabetismo en personas de 15 años y más que no saben ni leer ni escribir ha disminuido casi a la mitad desde el año 1990, en el cual se registró un 11,7% de personas analfabetas en comparación al 2010 que se registró un 6,8%.

Los años de escolaridad en el Ecuador realizados por personas de 24 años y más son en promedio de 9,7 años en los hombres y de 9,5 en las mujeres, si se observan estos años según el área donde habitan las personas se podrá notar que las personas de área urbana tienen en promedio más años 10,9 y los del área rural solo tienen 7,2 años.

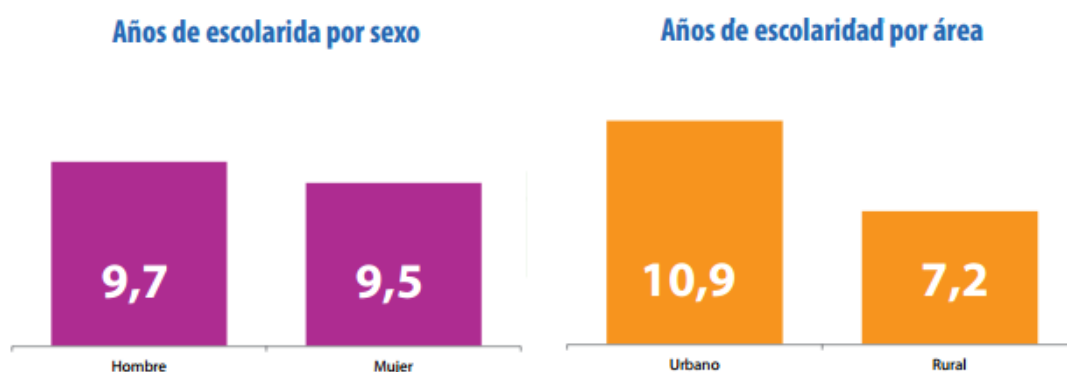


Figura 14. Años de escolaridad en el Ecuador por sexo y área.
Fuente: INEC Censo del 2010

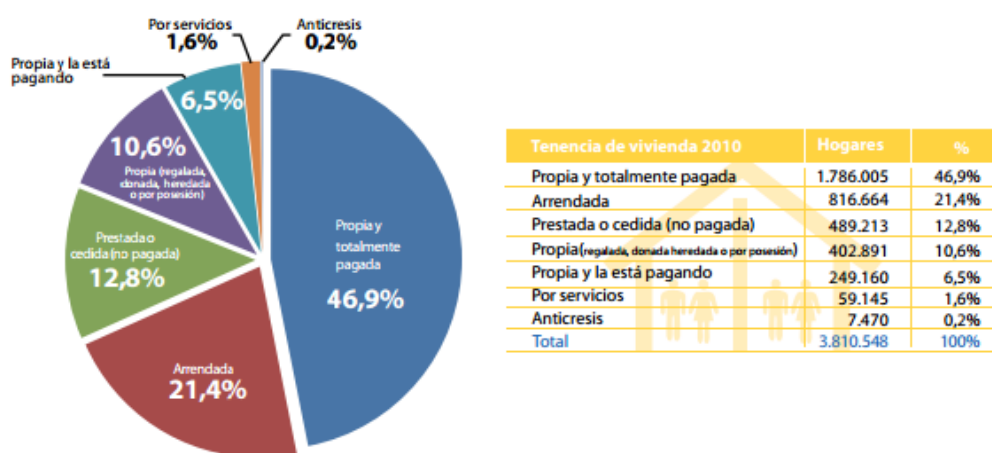


Figura 15. Tendencia de tipos de vivienda
Fuente: INEC Censo del 2010

En el país se muestra un punto a favor ya que la mayoría de los habitantes 46,9% cuentan con vivienda propia y totalmente terminada.

Del total de viviendas particulares se observa a continuación que la mayoría son casas o villas con un 72,7%, también se observa en el siguiente grafico un crecimiento en el número de personas que viven en departamentos de 11,7% en el 2010 versus un 9,1% en el 2001.

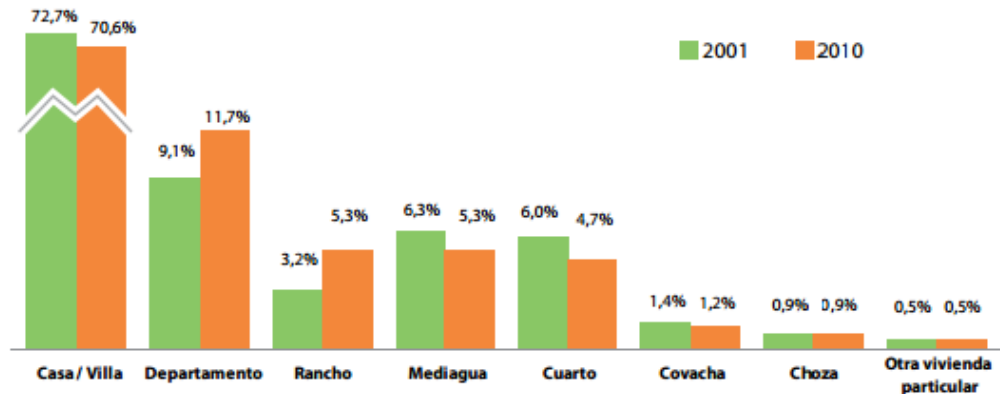


Figura 16. Tipos de Viviendas
Fuente: INEC Censo del 2010

En el Ecuador se ve un incremento en todos los tipos de servicios básicos desde el año 2001 al 2010 siendo el que tuvo un mayor incremento el servicio de recolección de basura que aumento de un 62,7% en el 2001 a un 77% en el 2010.

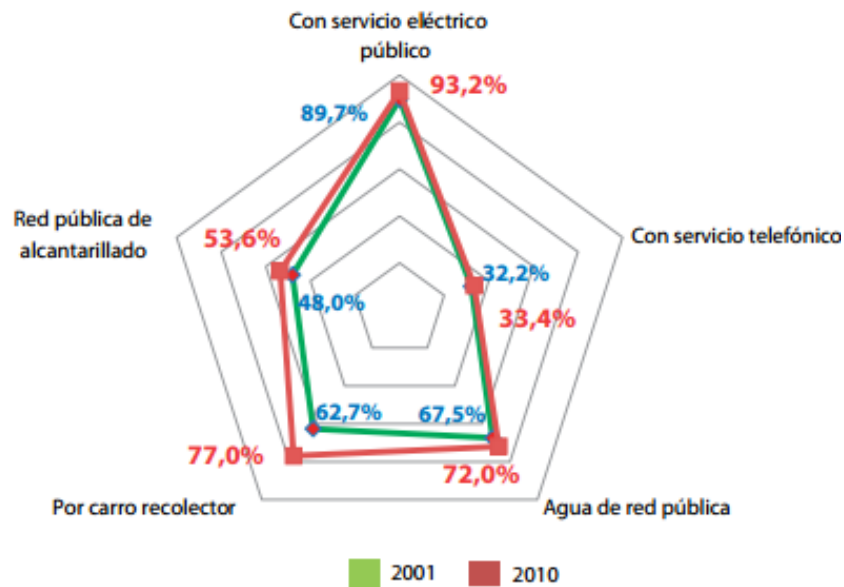


Figura 17. Servicios públicos en el Ecuador
Fuente: INEC Censo del 2010

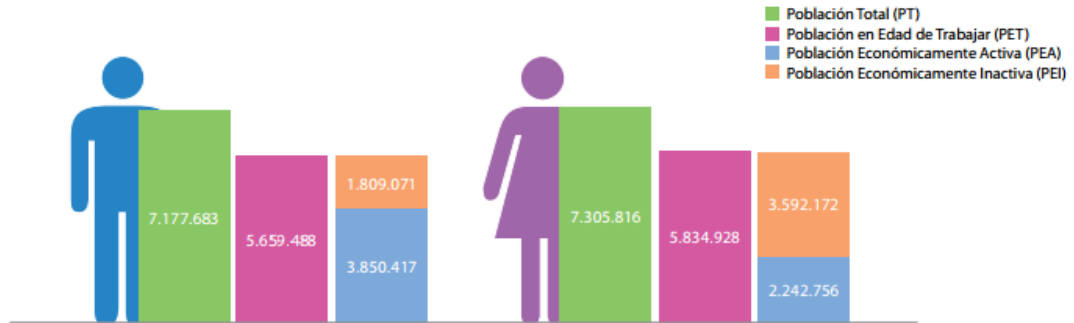


Figura 18. Estado conyugal en el Ecuador
Fuente: INEC Censo del 2010

En el gráfico anterior se visualiza que los hombres que están económicamente activos corresponden a 3.850.417 cuando los hombres inactivos son menos 1.809.071 y en el caso de las mujeres ocurre lo contrario, en su mayoría están económicamente inactivas 3.592.172 y activas económicamente solo son 2.242.756.

En el gráfico posterior se puede apreciar que tipo de trabajos tienen los ecuatorianos y que porcentaje tiene cada uno, siendo la mayoría empleados u obreros privados con un 33%, los empleados domésticos 3,9%, patronos 3,1%, trabajadores no remunerados 1,5%, socios el 1,1%, personas que trabajan por cuenta propia 28,5%, jornaleros o peones 13%, empleados del estado, municipio o concejo provincial 11,2% y se encuentra un 4,7% de personas que no han declarado que tipo de trabajos ejecutan.



Figura 19. Tipos de ocupación en el Ecuador
Fuente: INEC Censo del 2010

Tabla 3
Tipos de ocupación en el Ecuador

Ocupación	Hombre	Mujer
Empleado privado	1.245.086	654.435
Cuenta propia	1.009.571	631.798
Jornalero o peón	674.062	76.855
Empleado u obrero del Estado, Municipio o Consejo Provincial	370.288	272.960
No declarado	143.248	128.097
Empleado doméstico	15.099	209.503
Patrono	109.465	69.325
Trabajador no remunerado	52.017	36.636
Socio	42.703	22.077
Total	3.661.539	2.101.686

Fuente: INEC Censo del 2010

En el cuadro anterior se puede ver el número de personas según la ocupación y el sexo donde se puede concluir que la mayoría de los hombres trabajan como empleados privados (1.245.086) y las mujeres solo 645.435; también se puede ver que hay muchos hombres que trabajan como jornaleros o peones (674.062), a diferencia de las mujeres que son apenas 76.855. Se puede observar la misma diferencia en la ocupación de patrono donde los hombres son 109.465 y las mujeres 69.325, en el caso de empleados domésticos es todo lo contrario donde el número de mujeres 209.503 supera por mucho a los hombres 15.099.

En la siguiente imagen se observa las personas ecuatorianas que se encuentran aseguradas, notando que en su mayoría con un 61,9% en los hombres y un 60,7% en las mujeres no existe aportación alguna, la mayoría de personas aportan al IESS Seguro general los hombres un 27% y las mujeres un 32%, en el caso de IESS Seguro campesino los hombres tienen un 4,5% y las mujeres un 2,4% de afiliación, se ignora qué tipo de seguro tiene un 2% de los hombre y en el caso de las mujeres un 1,9%, el 1,5% de los hombres es afiliado voluntario y casi igual con 1,6% en el caso de las mujeres, en el Seguro ISSFA los hombres tienen 1,4% y las mujeres 0,6%, Seguro ISSPOL tiene un 0,7% de hombres y un 0,2% de mujeres y en el caso de jubilados ya sean del IESS, ISSFA, ISSPOL los hombres 0,9% y las mujeres un 0,6%.

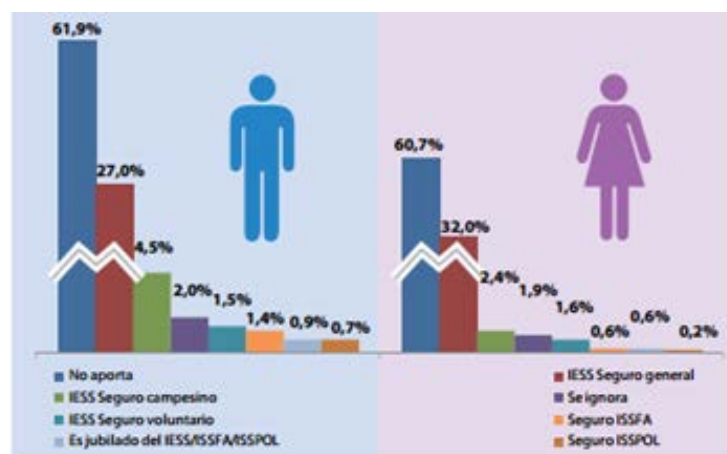


Figura 20. Número de Afiliados en el Ecuador
Fuente: INEC Censo del 2010

2.1.5. Tecnológico

El factor tecnológico contribuye actualmente en gran medida al sector turístico, es mediante la información que se obtiene por medio de páginas web que los establecimientos turísticos se promocionan y así dan a conocer sus servicios; de igual manera el sector hotelero por medio de la tecnología realiza la administración correspondiente al hotel y ofrece novedosos servicios.

Como se puede observar en el cuadro a continuación cada vez son más las personas que utilizan el servicio de internet diariamente (64 % en el 2013) y menos las personas que lo utilizan una vez a la semana o al mes (3,3 % en el 2013).

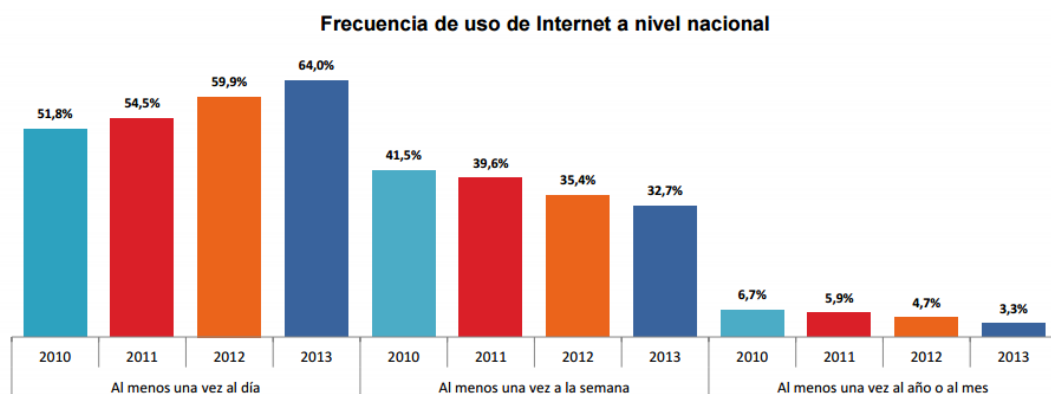


Figura 21. Frecuencia de uso de internet a nivel nacional
Fuente: INEC

El siguiente gráfico muestra el porcentaje de personas que utilizan un teléfono inteligente en el Ecuador, donde se encuentra en color azul el porcentaje de personas que no cuentan con celular y en verde el porcentaje las que sí cuentan con uno, y de este porcentaje se deriva en color rojo el porcentaje de personas que si cuentan con un Smartphone. Aquí se aprecia qué desde el año 2011 al 2013 se duplicó el número de personas que utilizan un “SmartPhone”.

Porcentaje de personas que tienen teléfono inteligente (SMARTPHONE) a nivel nacional

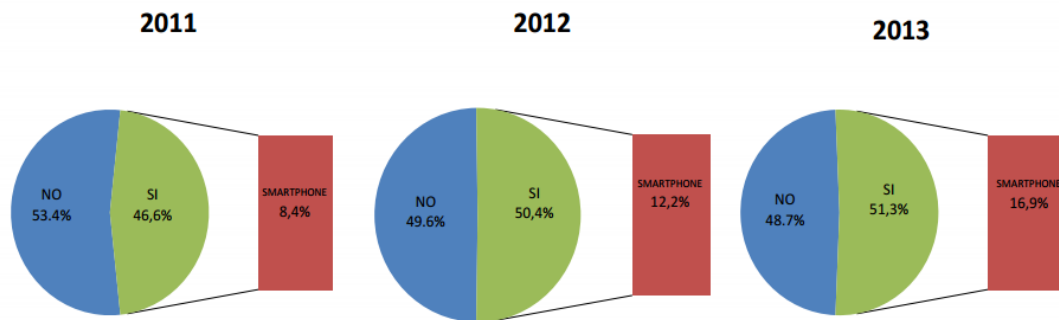


Figura 22. Porcentaje de personas que tienen teléfono inteligente a nivel nacional
Fuente: INEC

2.1.6. Ambiental

Dentro de la constitución del Ecuador 2008 como uno de los derechos del buen vivir “se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*”. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008 p. 24)

Ecuador promueve un turismo consciente el cual constituye un amor por la vida, es así mismo como en la actualidad el país se está promocionando internacionalmente. El turismo consciente impulsa de igual manera un turismo que promueva la sostenibilidad cultural y ambiental, donde se puedan realizar turismo dentro de una localidad con los menores impactos sobre el medio ambiente.

El turismo sostenible es aquel tipo de turismo que se realiza utilizando las medidas necesarias para respetar el medio ambiente mientras a la vez se valora la cultura de una sociedad y sus comunidades. En este turismo se da un intercambio de experiencias y una justa repartición de los beneficios que la actividad genera, se puede considerar un turismo participativo entre turistas y comunidades.

Dentro de este turismo se encuentran tres importantes derivaciones como son el etnoturismo, ecoturismo y el turismo comunitario. (Ministerio del Ambiente, 2014)

Ecuador ha recibido varios reconocimientos con respecto a la belleza natural que se puede apreciar dentro del todo país, es así como en los años 2013 y 2014 recibió el premio “Destino Verde del Mundo”, de igual manera recibió el premio “Destino Verde de Sudamérica 2014.

El Ministerio de Turismo del Ecuador se sumó al Global Sustainable Tourism Council (GSTC) el día 27 de abril del 2015, con el fin de establecer modelos para la sostenibilidad en el sector turístico nacional esto se dio en la Conferencia Internacional de Ecoturismo y Turismo Sostenible 2015 (ESTC15). Convirtiéndose en el primer país en Suramérica en crear esquemas de sostenibilidad turística conforme a las normas desarrolladas por la GSTC, orientándose a lograr que el turismo en el país alcance su máximo potencial manteniendo su biodiversidad y aplacando la pobreza. Gracias a esta decisión el Ecuador fue reconocido por la OMT Organización Mundial del Turismo por el apoyo invirtiendo al turismo sostenible y mejorando los estándares de calidad. (Ministerio de Turismo, 2015)

2.2. Análisis de la Industria Turística

El análisis de la industria turística se realizará a nivel del mercado hotelero, con la herramienta de las cinco fuerzas de Porter. Mediante este análisis se mide la rentabilidad a largo plazo de la empresa. (Porter, 1980)

2.2.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores

La amenaza de entrada de nuevas empresas en este mercado será alta debido a la alta posibilidad de que se creen nuevos hoteles con el mismo servicio. Uno de los

factores que intervienen para el ingreso de nuevos competidores es que la hotelería es un mercado muy competitivo, al existir nuevas tendencias las empresas hoteleras querrán implementarlo dentro de los servicios que ofrecen; así también como otro factor está el crecimiento del turismo interno en Ecuador y el apoyo del estado al desarrollo turístico.

Una barrera para restringir la entrada de nuevos competidores es la diferenciación del producto que se ofrecerá y ser los primeros en ofrecer ese producto al mercado dará ventaja en el posicionamiento.

2.2.2. Poder de negociación de los proveedores

La relación con los proveedores es de gran importancia ya que ellos son los encargados de proporcionar los materiales necesarios para el buen funcionamiento del proyecto. Es por esto que es primordial tener proveedores responsables, organizados y constantes.

En el caso de proveedores de equipos y enseres, el riesgo que se tiene es medio ya que actualmente se han visto incrementos en las tasas de importaciones a nivel nacional, afectando de este modo a muchos de los importadores del país reduciendo la cantidad de importaciones, esto perjudica ya que en el país son casi inexistentes fábricas que puedan brindar abastecimiento. Esa es la razón por la cual es necesario realizar estrategias comerciales para obtener una estabilidad al momento de aprovisionar la empresa para conseguir tener un producto estándar y de escasa variación.

En el caso de los proveedores de alimentos el escenario es diferente ya que el Ecuador es un país de gran agricultura ofreciéndonos así una estabilidad, poniendo a estos proveedores en un riesgo bajo.

2.2.3. Poder de negociación de los compradores

Con relación al poder de negociación de los compradores, es importante realizar un análisis detallado de esto debido a que los clientes son los que pueden ayudar al funcionamiento del negocio, de igual manera son aquellos que determinan la calidad de los servicios ofrecidos, marcando así una relación precio y calidad. Mediante los consumidores un negocio puede tener éxito, es por esto que se debe realizar estrategias para lograr captar la mente del consumidor así mismo se debe analizar detenidamente los precios para que puedan ser aceptados con relación a los servicios que se ofrecen, y las preferencias de los clientes para satisfacer sus necesidades.

Tomando todos estos aspectos en cuenta se puede concluir que en el Ecuador los turistas o clientes tienen un poder de negociación alto ya que es mediante ellos se define si el proyecto podría ser factible en la mente del consumidor y tendrá la adaptación y aceptación deseada.

2.2.4. Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Se considera una amenaza al creciente alquiler de habitaciones, de casas o departamentos dentro del sector de playas; estos establecimientos ya se encuentran posicionados dentro del mercado, y al no ser precisamente hoteles cuentan con precios inferiores, estos establecimientos así mismo aprovecharán el creciente flujo de turistas en playas, lo cual se presenta como una amenaza alta, sin embargo, el Ecuador no cuenta en la actualidad con digital & body detox hotel, y este tipo de alojamiento presenta una estructura compleja para adaptar todos los servicios de un detox hotel, lo cual reduce la amenaza en el mercado.

2.2.5. Rivalidad en la industria

No se evidencia competencia directa en la zona pero la competencia indirecta como hoteles y hosterías podrían mermar el mercado para el proyecto u obligar a competir por mejor calidad y precios.

Ya que el Ecuador es un país con gran biodiversidad y de grandes atractivos naturales, muchas empresas se aprovechan de estos beneficios para ofrecer destinos de relajación donde existe turismo de salud complementado con actividades de interacción con la naturaleza y de medicinas alternativas. Estos establecimientos están ubicados principalmente en la región sierra del país, considerando estos lugares que cuentan con servicio de alojamiento serán la competencia indirecta.

2.2.6. Conclusión análisis de 5 Fuerzas de Porter

Al realizar el respectivo análisis de las 5 fuerzas de Porter a nivel industria hotelera se encontraron riesgos competitivos hacia el proyecto, el análisis indica un riesgo medio con relación a la amenaza de nuevos competidores ya que dada las facilidades para establecer negocios, surgirían nuevos competidores, sin embargo, a corto plazo se considera al cantón Playas un destino no explotado o posicionado para este tipo de servicios. En este tipo de negocios, la diferenciación es la principal barrera de entrada de nuevos servicios.

Con relación al poder de negociación de los proveedores se tiene como conclusión que se considera como riesgo medio los equipos y enseres por las tasas impuestas a las importaciones, de igual forma el hotel ofrecerá una desintoxicación del organismo y se deberán contar con determinados alimentos factibles de adquirir ya que Ecuador es un país de gran agricultura.

Se estima como amenaza alta el poder de negociación de los compradores debido a que los clientes son los que hacen posible el funcionamiento de una empresa es por esto que se debe tomar en cuenta la opinión de los mismos.

Respecto a la amenaza de ingreso de productos sustitutos se concluye como amenaza alta, porque los establecimientos existentes que se considera como competencia indirecta, podrían adaptar el servicio detox dentro de los que ya ofrecen.

Por último en la rivalidad en la industria se considera la competencia indirecta y Ecuador por ser un país de gran diversidad, existen alojamientos que ofrecen servicios donde se puede realizar diversas actividades con relación al turismo de salud es por esto que esto se considera como un riesgo medio.

Al realizar este análisis ya se puede conocer las amenazas que se presentaran para la empresa y las cuales se deberán enfrentar para poder salir beneficiados y tomar medidas para cumplir con las necesidades y expectativas de los clientes.

2.3. Diseño de la investigación primaria

2.3.1.1. Universo o Población de estudio

El universo o población de estudio que se realizará para ejecutar el proyecto se dirigirá a una población familiar y ejecutiva con un poder adquisitivo medio-alto y alto, ubicado en la ciudad de Guayaquil en el sector de la urbe, por razón que esta es una gran ciudad que está rodeada de más tecnología y sus habitantes pueden encontrar novedoso la propuesta realizada en este proyecto, así también la ciudad de Guayaquil se encuentra cercana al cantón Playas.

Para el desarrollo de este proyecto el tamaño de la población escogida conforma 2.278.691 habitantes de la zona urbana en la ciudad de Guayaquil, tomando en cuenta que la población socioeconómica de nivel alto y medio-alto en el Ecuador está conformada por un 1,9% y 11,2% respectivamente. Se reduce a un 13,1% de la población urbana en la ciudad de Guayaquil siendo esta de 298.508 habitantes.

2.3.1.2. Tamaño de la muestra

Formula de población infinita:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{E^2}$$

n = Muestra

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso / rechazo.

Z = Valor Z basado en un nivel de confianza

E = Margen de error (hasta 5%)

El 95% de Nivel de confianza se divide para dos = 0,45, con ese valor se busca en la tabla de distribución “Z” y se obtiene el valor Z de 1,96.

Probabilidad de éxito = 50% o 0,5

Margen de error = 5% o 0,05

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}{(0,05)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416) * (0,25)}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384,16$$

Para poder definir el tamaño de la muestra para la investigación, se utilizó la fórmula de población infinita ya que la población a la que está dirigido el proyecto supera el rango de 100.000 siendo de 298.508 habitantes, en la fórmula ha sido

considerado el 95% de nivel de confianza ya que este es el nivel máximo tolerable y el nivel del margen error tolerable es del 5% y se selecciona un 50 % de probabilidad de éxito para que el resultado sea un valor valido, obteniendo una vez aplicada la fórmula un resultado de 384. Para el proyecto se redondearon a 390 encuestas.

2.3.1.3. Tipo de Muestreo

El tipo de muestreo que se ha empleado para la selección de los encuestados es probabilístico al azar, para lo cual previamente se seleccionaron los lugares de la realización de las encuestas por el método no probabilístico por conveniencia. Este tipo de muestreo selecciona las unidades muestrales más convenientes para realizar el estudio y permite que la participación de la muestra sea voluntaria, este muestreo es utilizado en investigaciones exploratorias, pretest de cuestionarios y encuestas por correo. (Fernández, 2004)

La muestra que se ha seleccionado para realizar la encuesta es de la población Guayaquileña urbana de estatus social medio alto y alto. Los lugares seleccionados para encuestar serán Centros comerciales y de esparcimiento ubicados en la zona norte de la ciudad de Guayaquil donde asisten este tipo de personas, las encuestas estarán formadas por diversas preguntas para personas mayores de edad se realizan con el propósito de recolectar los datos necesarios de los posibles futuros consumidores.

2.3.1.4. Técnicas de recopilación de información

Las técnicas de recopilación de datos son utilizadas para la recopilación de toda la información necesaria para llegar a conclusiones con respecto a la investigación que se está realizando.

Para llevar a cabo la investigación de este proyecto se elaboraron encuestas con la cantidad obtenida por el número de muestra. El cuestionario de la encuesta que se puede encontrar en el ANEXO III lleva 12 preguntas cerradas y se emplea con el objetivo de analizar el grado de aceptación que se tiene por parte del mercado hacia el proyecto.

2.3.1.5. Presentación y análisis de resultados

Se aplicaron 390 encuestas que mostraron los siguientes resultados:

Edad

En la edad los resultados obtenidos de las 390 encuestas fueron en su mayoría personas de 50 o más años con un 34% seguido de las de 35 a 50 años con un 30% y con un 18% en personas de 25 a 35 al igual que de 18 a 25.

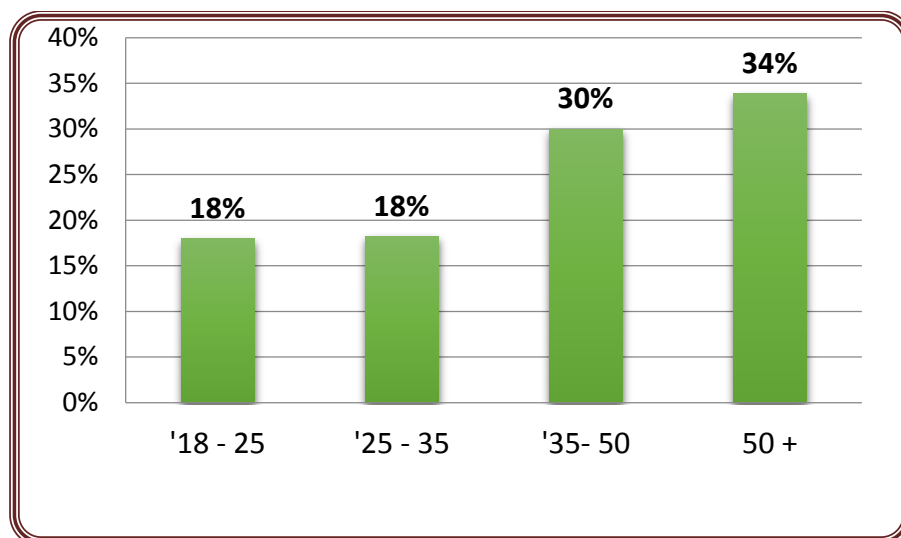


Figura 23. Edad
Elaborado por: Las Autoras

Sexo

Con relación a los resultados obtenidos en el sexo de las personas que respondieron la encuesta se refleja que la mayoría son de sexo femenino con un 54% a diferencia del masculino con un 46%.

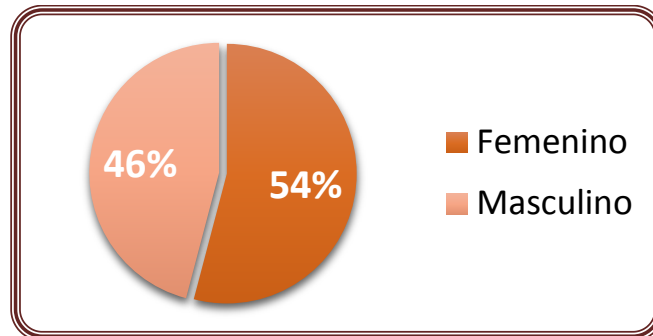


Figura 24. Sexo
Elaborado por: Las Autoras

Ocupación

En cuanto a la ocupación los resultados obtenidos de la encuesta mostraron que con una gran mayoría (73%) de las personas eran profesionales, seguidos de estudiantes con un 16% y en la minoría se encuentran los jubilados con un 6% y otros con un 5%.

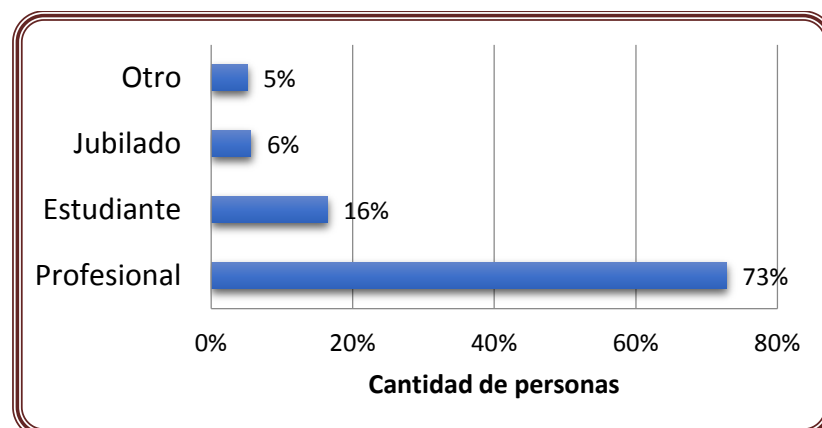
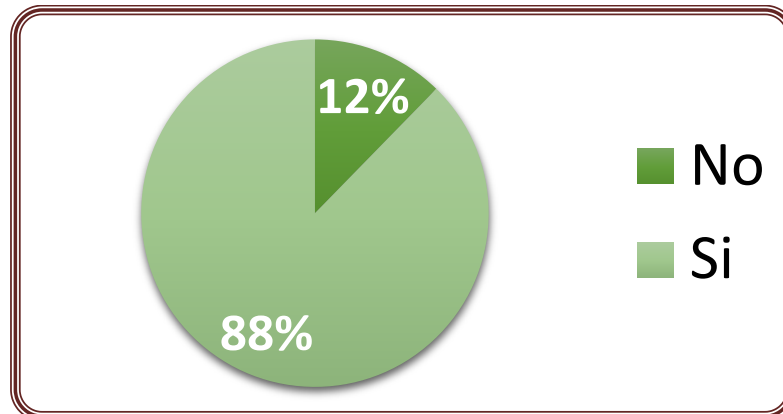


Figura 25. Ocupación
Elaborado por: Las Autoras

¿Realiza usted turismo dentro del país?

Al consultar con los encuestados si realizan turismo interno en el Ecuador los resultados fueron que el 88% si lo realiza y solo un 12% no lo realiza. Siendo esto un resultado favorable para el proyecto de Ananda Digital &Body Detox Hotel.



*Figura 26. ¿Realiza usted turismo dentro del país?
Elaborado por: Las Autoras*

¿Qué tipo de destino prefiere?

Con respecto a qué tipo de destino prefieren las personas que si realizan turismo interno los resultados fueron favorecedores con un 65% de personas que eligen viajar a la playa seguido de un 30% que prefieren viajar a la sierra y solo un 5% de personas deciden viajar a la amazonia.

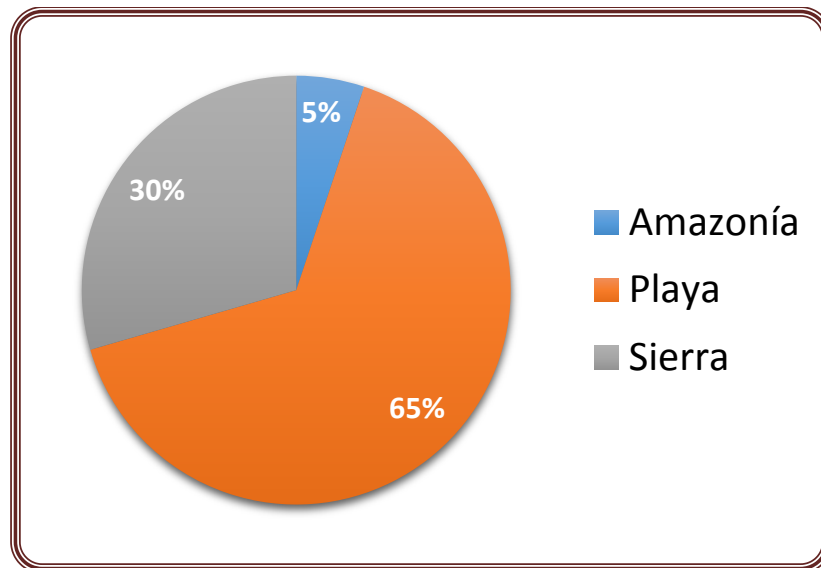


Figura 27. ¿Qué tipo de destino prefiere?
Elaborado por: Las Autoras

Amazonía

Del porcentaje de personas que prefieren como destino a la amazonia un 85% viaja solo una vez al año y un 15% lo hace de 1 a 3 veces por mes.

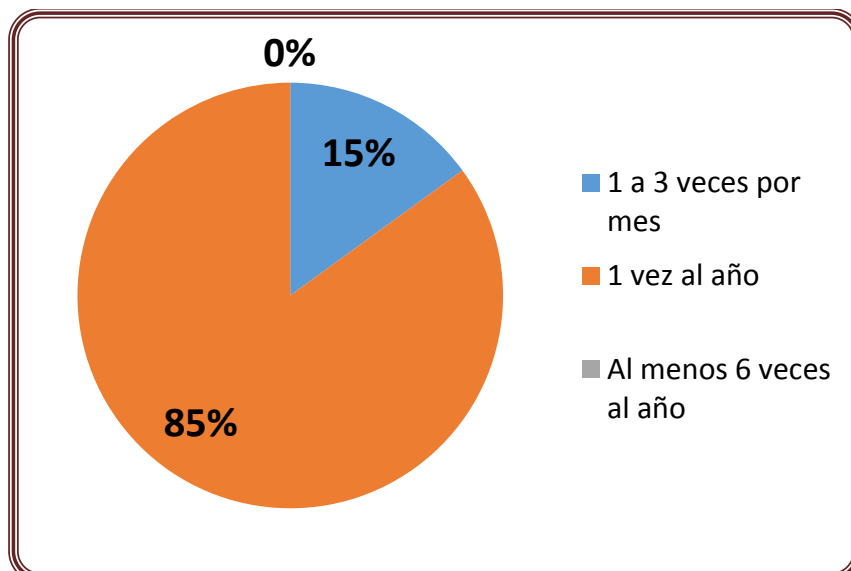


Figura 28. ¿Con qué frecuencia viajan al destino seleccionado? (Amazonia)
Elaborado por: Las Autoras

Playa

Del porcentaje que prefiere la playa como destino para realizar turismo interno un 52% viaja al menos 6 veces al año, el 32% viaja solamente 1 vez al año y un 16% viaja más seguido de 1 a 3 veces por mes.

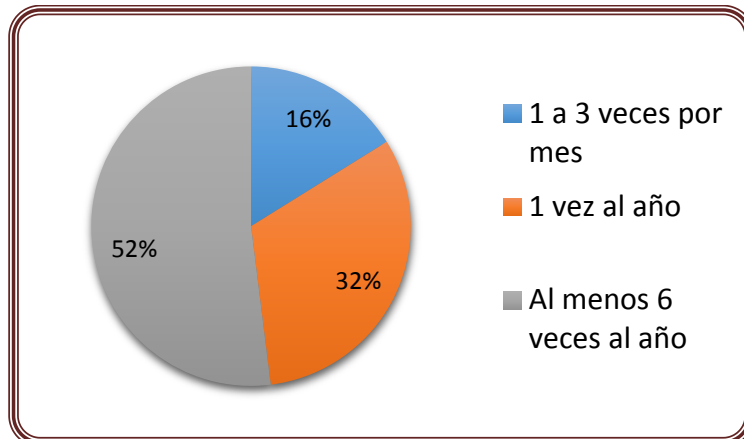


Figura 29. ¿Con qué frecuencia viajan al destino seleccionado? (Playa)
Elaborado por: Las Autoras

Sierra

Las personas que prefieren como destino la sierra en su mayoría con un 65% solo viajan una vez al año y el 35% viajan al menos 6 veces al año.

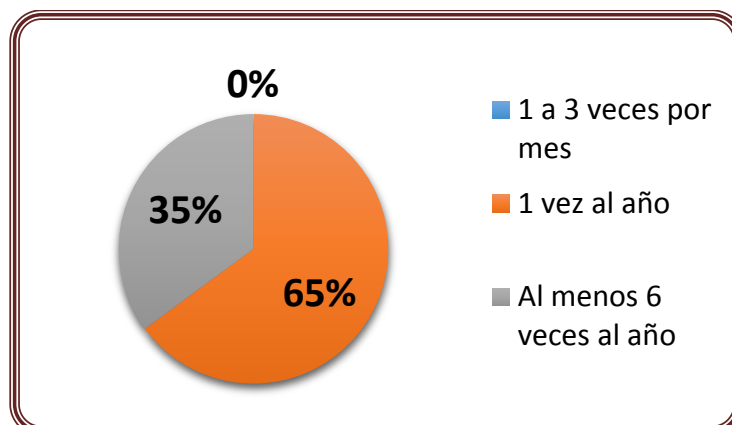
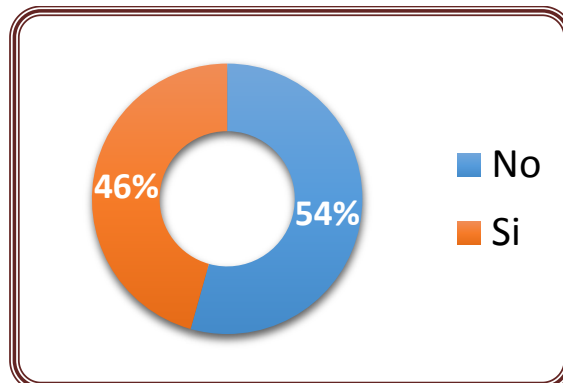


Figura 30. ¿Con qué frecuencia viajan al destino seleccionado? (Sierra)
Elaborado por: Las Autoras

¿Conoce usted qué es turismo de Salud/Bienestar?

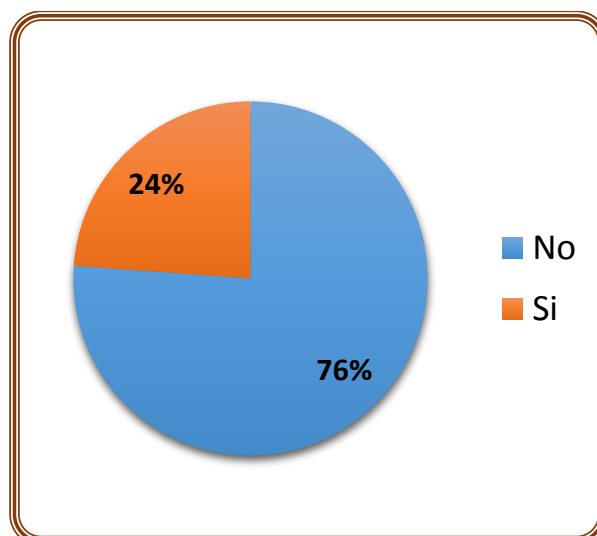
Cuando se preguntó a los encuestados si tenían conocimientos sobre el turismo de salud o bienestar solo un 46% poseía conocimiento de estos y el 54% no. Mostrando así que este es un tipo de turismo que no está explotado en nuestro país.



*Figura 31. ¿Conoce usted qué es turismo de Salud/Bienestar?
Elaborado por: Las Autoras*

¿Ha realizado usted este tipo de turismo?

Del porcentaje que si tienen conocimiento acerca del turismo de Salud/Bienestar en su mayoría con un 76% no lo ha realizado solo un 24% de los encuestados ha ejecutado este tipo de turismo.



*Figura 32. ¿Ha realizado usted este tipo de turismo?
Elaborado por: Las Autoras*

¿Si lo ha realizado, fue de su agrado?

Como se logra observar en el próximo gráfico del 24% de turistas que si han realizado este tipo de turismo en su mayoría con un 97% les ha agradado el servicio.

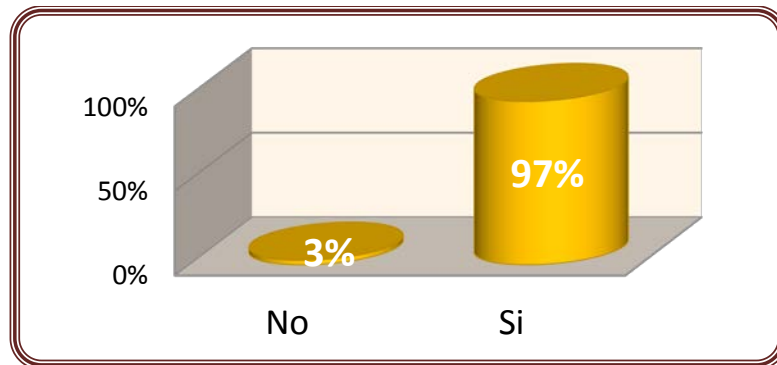


Figura 33. ¿Si lo ha realizado, fue de su agrado?
Elaborado por: Las Autoras

¿Dónde se hospeda al realizar un viaje a la playa?

En los resultados de la encuesta se puede observar que cuando las personas viajan a la playa la mayoría se hospeda en un hotel (61%), seguido de llegar a casa propia o de familiares (29%) y en otros lugares muy pocas personas (10%).

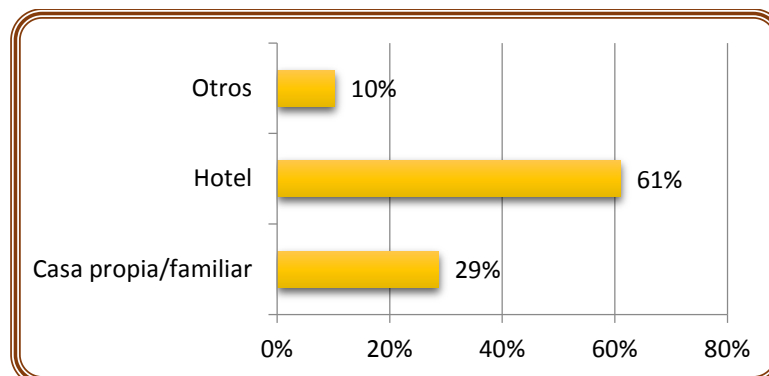


Figura 34. ¿Dónde se hospeda al realizar un viaje a la playa?
Elaborado por: Las Autoras

¿Cuenta usted con un Smartphone, Tablet o computador?

En la actualidad las personas han creado dependencia de ciertos dispositivos tecnológicos, y como los resultados de la encuestas demuestran que de las 390 encuestas realizadas el 100% de las personas poseía al menos uno de estos dispositivos (Smartphone, Tablet o computador).

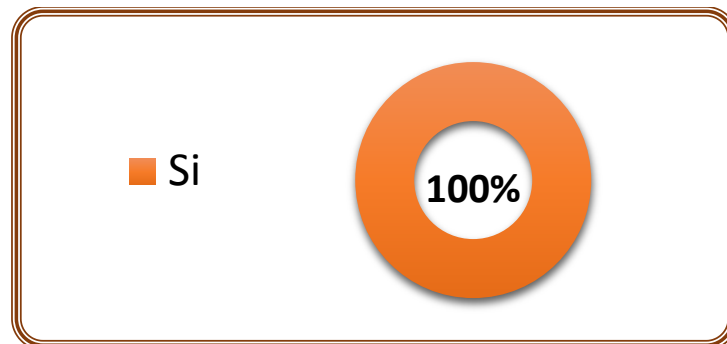


Figura 35. ¿Cuenta usted con un Smartphone, Tablet o computador?
Elaborado por: Las Autoras

¿Cuántas horas por día usa de estos dispositivos?

Para conocer la cantidad de horas que las personas usan estos dispositivos, se desarrolló esta pregunta con 4 rangos diferentes de respuestas en donde los resultados señalaron que solo un 16% los utiliza máximo 4 horas diarias, con 17% se encuentran las personas (33%) los utilizan de 4 a 8 horas diarias y para concluir el 34% siendo el porcentaje mayoritario de personas los usan de 8 a 16 horas al día.

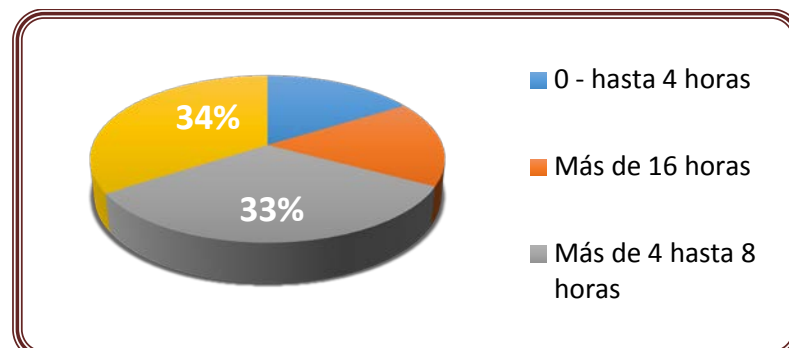
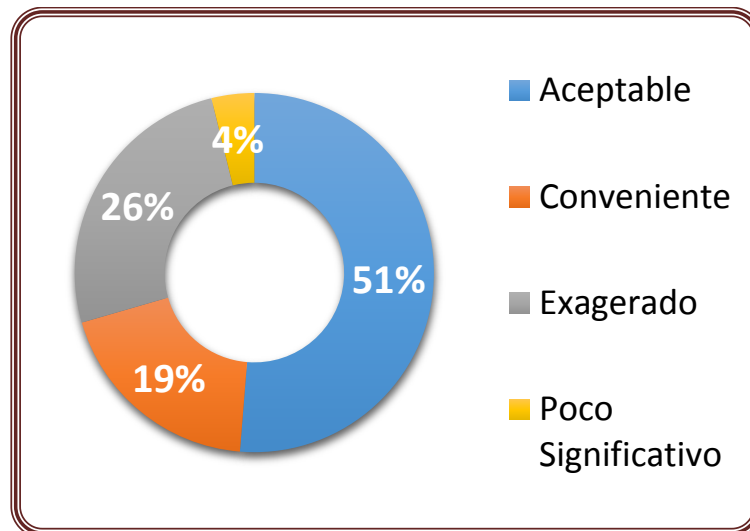


Figura 36. ¿Cuántas horas por día usa de estos dispositivos?
Elaborado por: Las Autoras

Considera usted que el tiempo que usa tecnología durante el día es:

La mayoría de personas piensan que el tiempo que destinan diariamente para el uso de sus dispositivos es aceptable con un 51%, un 26% piensan que este tiempo si es exagerado, al 19% les parece un tiempo conveniente y solo un 4% dicen que el tiempo que dedican es poco significativo.



*Figura 37. Considera usted que el tiempo que usa tecnología durante el día es:
Elaborado por: Las Autoras*

¿Le gustaría un hospedaje en el cual usted podrá desconectarse de sus dispositivos inteligentes y evitar la mala alimentación, reemplazando todo esto en un hotel que ofrece servicios de terapias alternativas de relajación y alimentación sana?

Cuando se preguntó a los encuestados si les gustaría utilizar un servicio como el que ofrece Ananda Digital & Body Detox Hotel solo el 4% indicó que no les gustaría, pero la mayoría con un 96% les gustaría visitar el lugar.

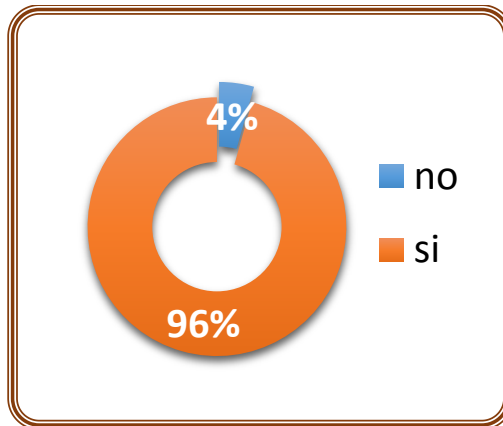


Figura 38. ¿Le gustaría un hospedaje en el cual usted podrá desconectarse de sus dispositivos inteligentes y evitar la mala alimentación, reemplazando todo esto en un hotel que ofrece servicios de terapias alternativas de relajación y alimentación sana?

Elaborado por: Las Autoras

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de hospedaje con servicio todo incluido (valor por persona, por noche)?

En cuanto a precios se refiere más de la mitad de personas 58% están dispuestas a pagar un rango entre \$50 - \$70, un 28% si pagaría de \$70 - \$100 y solo el 14% dijo que si estarían dispuestas a pagar más de \$100.

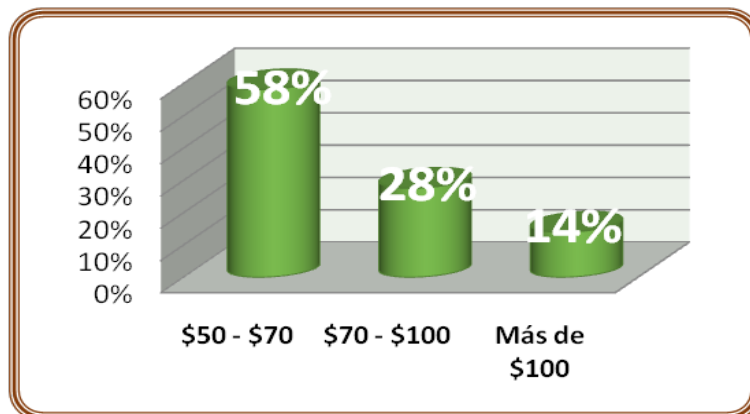


Figura 39. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de hospedaje con servicio todo incluido (valor por persona, por noche)?

Elaborado por: Las Autoras

CAPÍTULO 3

3. ESTUDIO TÉCNICO-OPERACIONAL

3.1.Descripción de productos/servicios a ofrecer

Ananda Hotel contara con capacidad de hospedaje para 128 personas, distribuidas en 44 habitaciones de tres tipos que serán dobles, matrimoniales y suites.

Las habitaciones estarán distribuidas a lo largo de 12 edificaciones distinguidas cada una con una letra del abecedario, cinco de estas serán de dos pisos con dos habitaciones matrimoniales en el segundo piso y dos habitaciones dobles en el primero, otras cinco serán de dos pisos con dos habitaciones dobles en el segundo piso y dos matrimoniales en el primero, las otras dos edificaciones serán de una planta con dos suites cada una. Con esto se tiene un total de 20 habitaciones dobles, 20 matrimoniales y 4 suites.

Se contara con servicio de restaurante con una gastronomía innovadora y a su vez saludable y el servicio de bar estará disponible en horarios establecidos con bebida y snacks detox.

El servicio de SPA será brindado en un área diseñada para crear un ambiente de tranquilidad y armonía al cliente, contando con el personal debidamente capacitado y los equipos necesarios. Entre los servicios que el SPA contara se encuentran los siguientes:

- Masajes Relajantes
- Masaje de Piedras Calientes
- Aroma terapia
- Baño turco
- Mascarillas faciales y corporales de diferentes ingredientes naturales.
- Exfoliaciones corporales con materiales naturales.
- Hidromasaje

El Aquagym será realizado con horarios definidos en la piscina del hotel por profesionales capacitados para hacer de este servicio una experiencia única.

Ananda contará con clases de Yoga y Taichí programadas con profesores expertos y se realizarán en diferentes áreas del hotel dependiendo del clima y los horarios.

La piscina y el hidromasaje localizado en la piscina serán para uso de todos los huéspedes, podrán ser usados a lo largo del día como el cliente desee dentro de los horarios establecidos.

3.2. Descripción de procesos de producción / operación

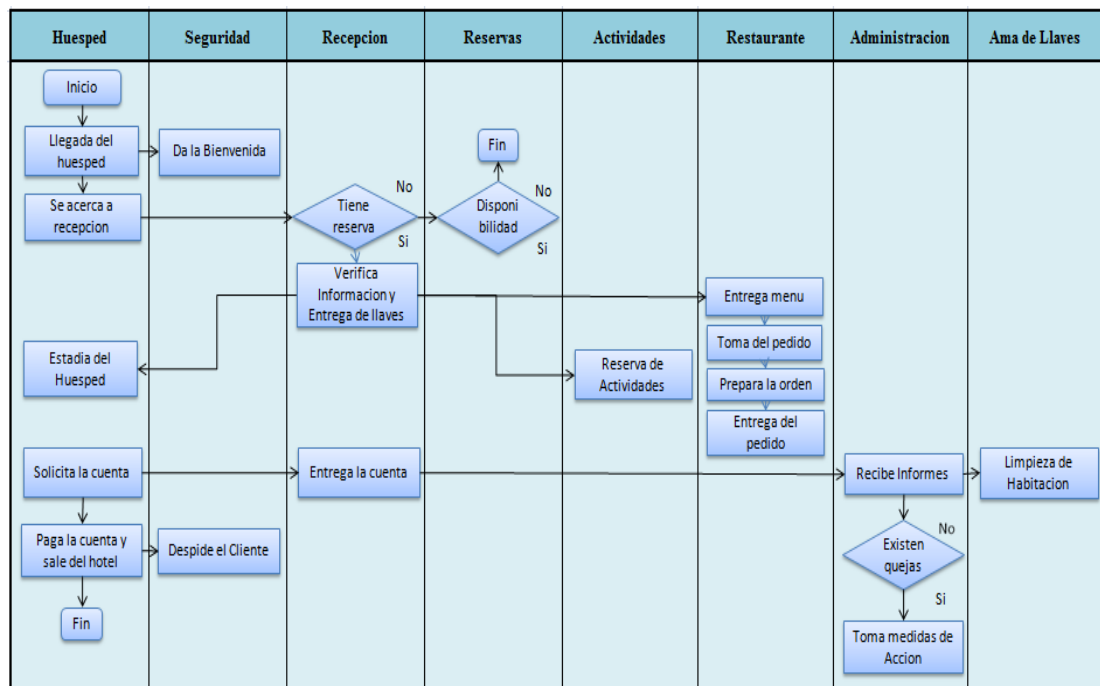


Figura 40. Diagrama de flujo de procesos de producción y operación
Elaborado por: Las Autoras

3.3.Localización del proyecto

Macro-Localización

El presente proyecto llamado Ananda Digital &Body Detox Hotel se encontrará localizado en Data de Villamil, en el cantón Playas General Villamil en la provincia del Guayas, Ecuador.

La ciudad de General Villamil se encuentra ubicada a 97 km de la ciudad de Guayaquil, su territorio cuenta con una extensión de 280km² con 14 km de playas pertenecientes al océano pacifico.

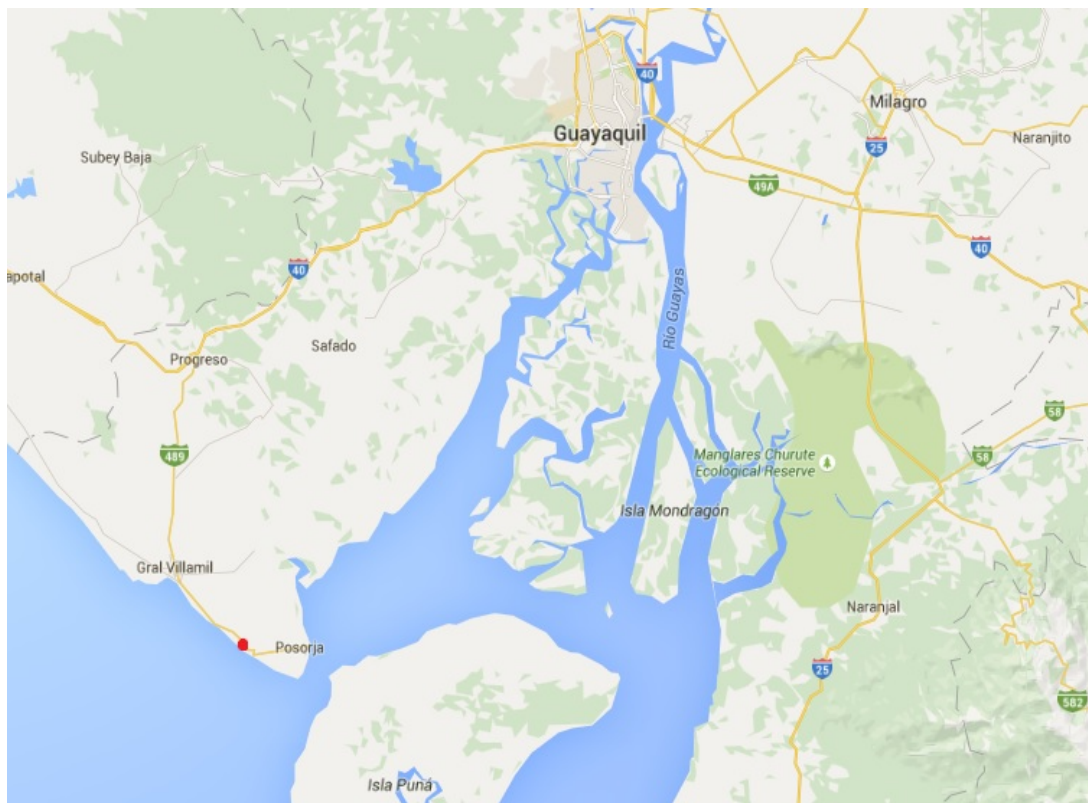


Figura 41. Macro-localización
Elaborado por: Las Autoras

Micro-localización

El Ananda digital & body detox hotel se ubicará en el km 6.5 del sector data de Villamil sobre un terreno de 10.200m² frente al mar, sus dimensiones son de 50m por el norte, 50m por el sur (zona de playa), por el este con 204m y por el oeste 204m. El valor de cada metro es de \$60 USD, dando un valor total de \$612.000.



*Figura 42. Micro-localización
Elaborado por: Las Autoras*

3.4. Distribución física del espacio

El Hotel contará con un total de 44 habitaciones distribuidas en 12 edificaciones las cuales serán diferenciadas cada una con una letra, 10 de estas serán de 2 plantas con 2 habitaciones por piso y 2 de una planta con dos habitaciones cada una. En el siguiente cuadro se aprecia la distribución de la misma y el tipo de habitación que tiene.

Tabla 4.
Distribución de habitaciones

Edificación	Piso	Doble	Matrimonial	Suite
A	1	2		
	2		2	
B	1	2		
	2		2	
C	1	2		
	2		2	
D	1	2		
	2		2	
E	1	2		
	2		2	
F	1		2	
	2	2		
G	1		2	
	2	2		
H	1		2	
	2	2		
I	1		2	
	2	2		
J	1		2	
	2	2		
K	1			2
L	1			2
Total		20	20	4
Habitaciones				

Elaborado por: Las Autoras

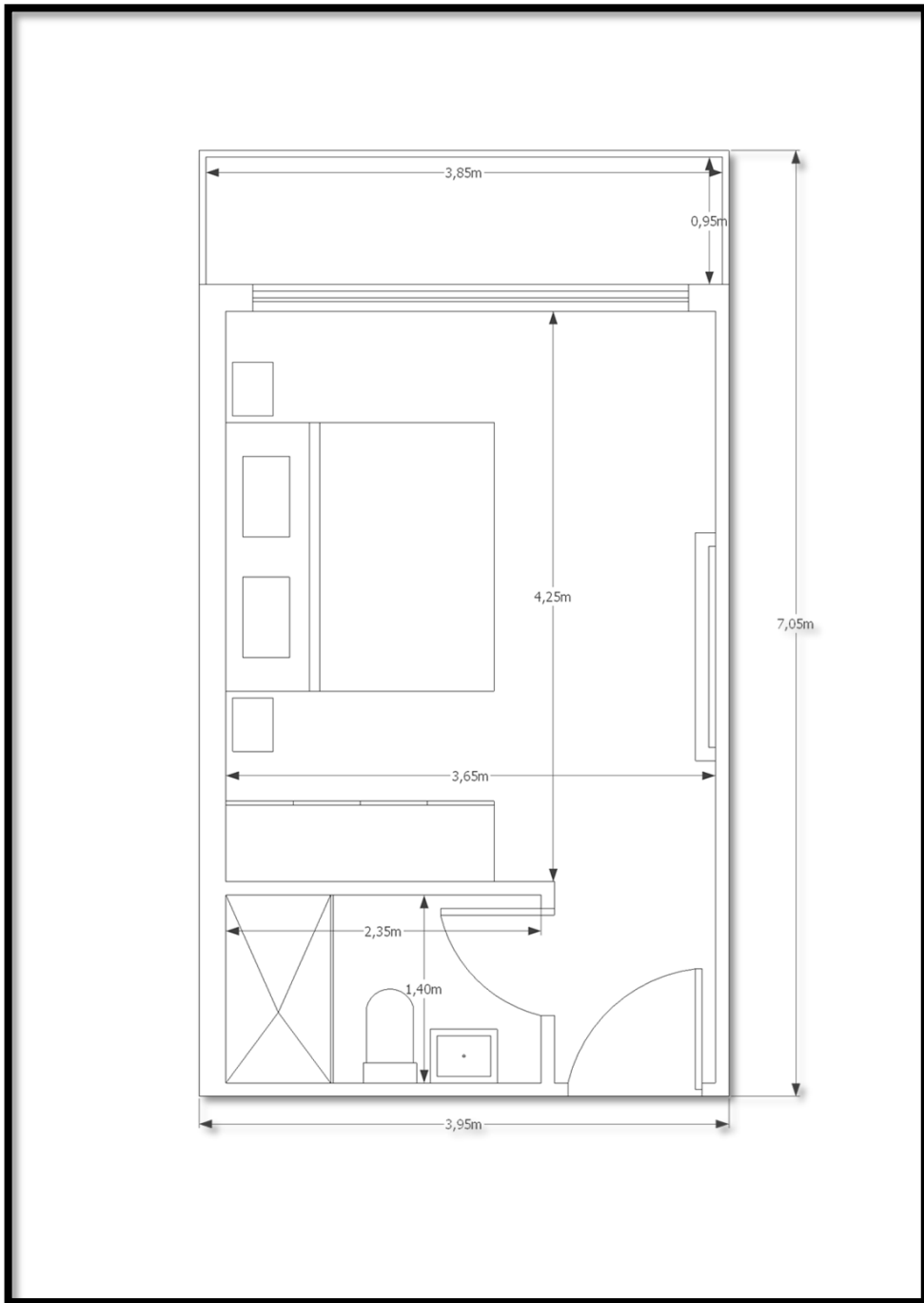
La Capacidad de ocupación es de 128 personas distribuidas en las 44 habitaciones que ofrece el hotel.

Tabla 5.
Capacidad del hotel

Tipo de Habitación	Número de habitaciones	Capacidad por Habitación	Capacidad Total
Dobles	20	4	80
Matrimoniales	20	2	40
Suite	4	2	8
Capacidad Total			128

Elaborado por: Las Autoras

A continuación se puede observar planos de los 3 modelos habitaciones con los que contará y de la distribución general de todos los espacios, a su vez se podrán apreciar imágenes de cómo se verían las habitaciones y áreas comunes del hotel una vez finalizada su construcción.



*Figura 43. Plano Habitación Matrimonial
Elaborado por: Las Autoras*

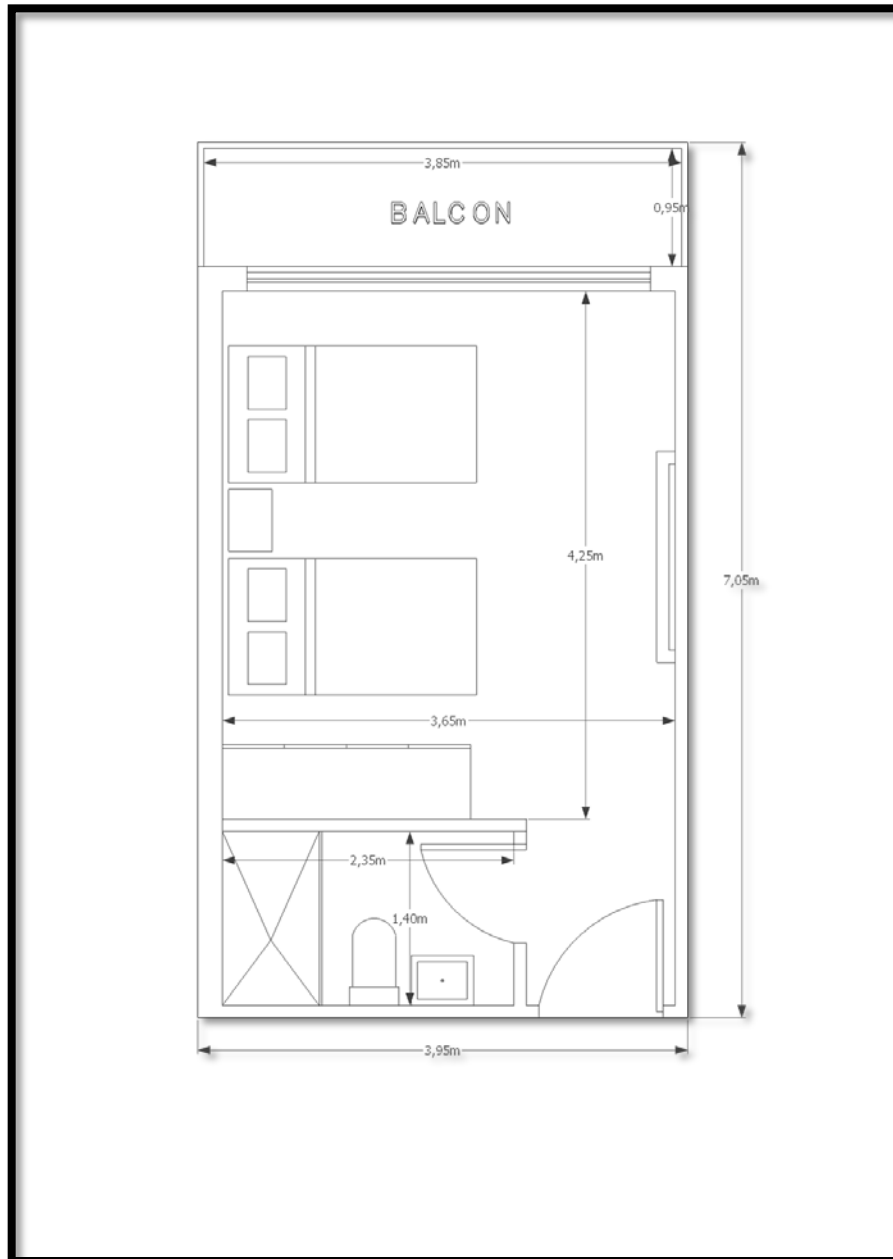


Figura 44. Plano Habitación Doble
Elaborado por: Las Autoras

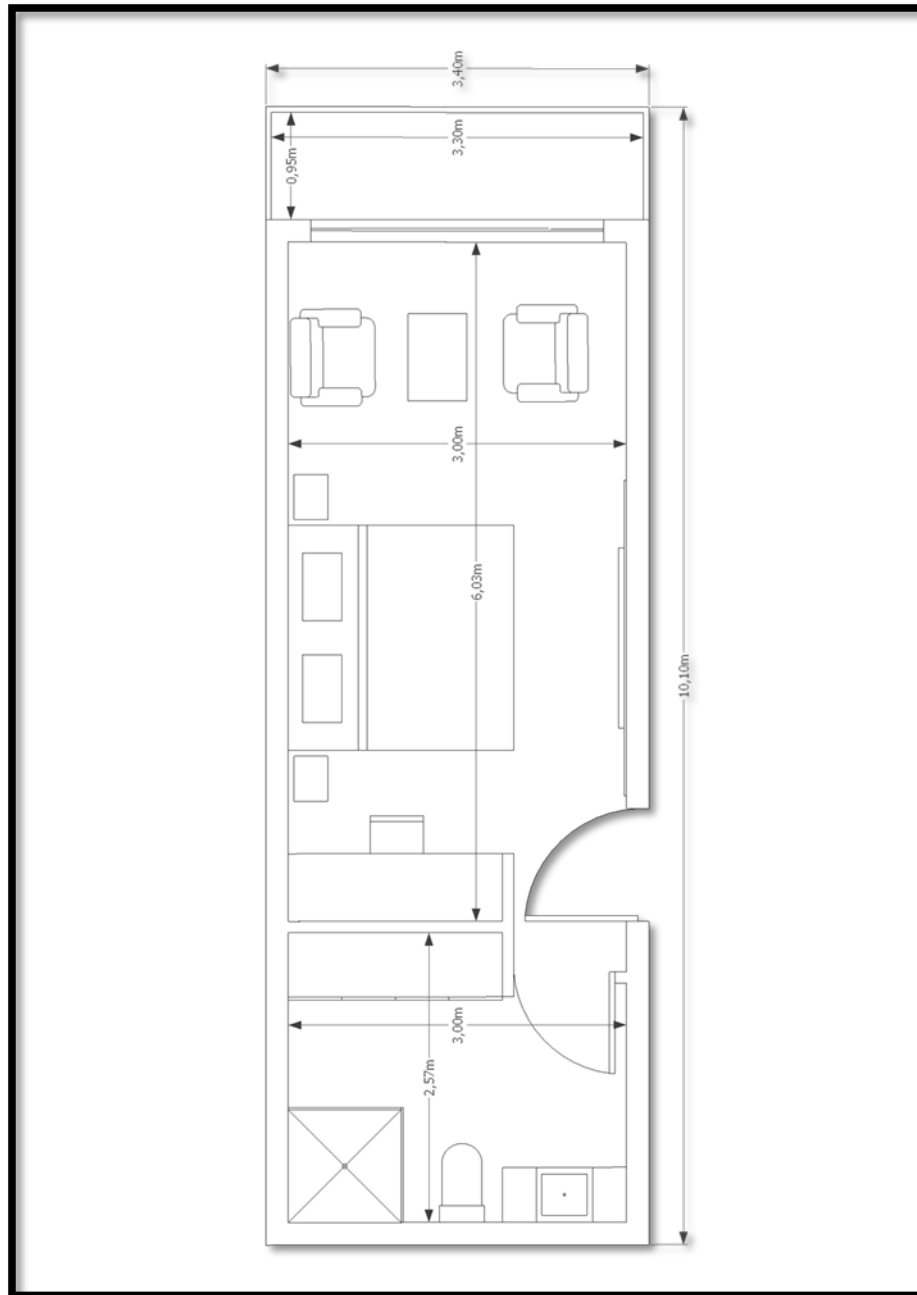
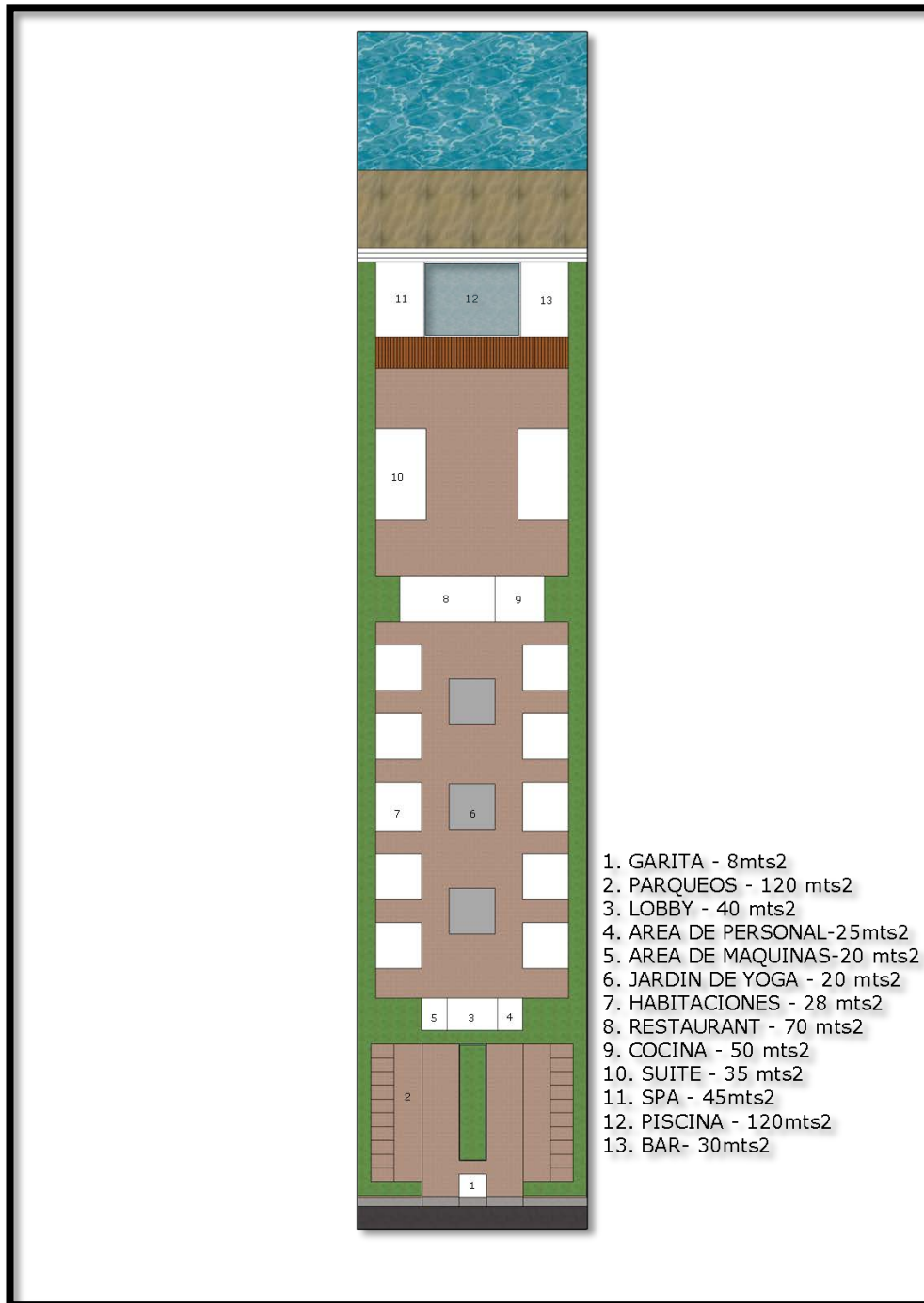


Figura 45. Plano Suite
Elaborado por: Las Autoras



*Figura 46. Plano Distribución General
 Elaborado por: Las Autoras*



*Figura 47. Visualización área de piscina
Elaborado por: Las Autoras*



*Figura 48. Visualización área de habitaciones
Elaborado por: Las Autoras*



*Figura 49. Visualización Habitación Matrimonial
Elaborado por: Las Autoras*



*Figura 50. Visualización Suite
Elaborado por: Las Autoras*

3.5. Horarios de Funcionamiento

Ananda Digital & Body Detox Hotel estará a disposición de los huéspedes los 365 días del año, contara con diversos horarios de funcionamientos en las áreas que comprende.

Respecto al alojamiento el hotel brindará un servicio continuo de 24 horas, donde se podrá realizar el chequeo de los huéspedes así como también las reservaciones correspondientes.

Con relación al horario del restaurante del hotel, el desayuno será buffet y se encontrara disponible entre las 07h30 y las 10h30, el almuerzo tendrá el servicio de platos a la carta con el horario de 13h00 a 16h00 y la cena será servida de la misma manera desde las 19h00 hasta las 23h00.

En lo que respecta al servicio de bar estará disponible con bebidas y snacks en los siguientes horarios desde las 09h00 hasta las 12h00 y de las 18h00 hasta las 24h00.

El SPA del hotel funcionará desde las 10h00 hasta las 15h00, cada huésped deberá reservar su cita con previa anticipación, la piscina estará a disposición de los huéspedes desde las 07h00 hasta las 24h00 las actividades de recreación en el área de la piscina y áreas recreativas estarán coordinadas de forma variada desde las 09h00 hasta las 12h00 y desde las 15h00 hasta las 18h00.

Las actividades de recreación nocturna se realizarán los días viernes y sábados y estas empezarán desde las 20h00 hasta las 23h30.

Existirá un servicio de meditación disponible desde las 05h00 hasta las 06h00 para los huéspedes que deseen realizar esta actividad, que deberá ser reservada el día anterior.

El servicio de Parqueo estará disponible las 24h00 para los huéspedes que lleguen con su vehículo propio, a su vez el servicio de lavandería del hotel estará a disposición desde las 08h00 hasta las 12h00.

3.6. Infraestructura y equipamiento necesario

La realización del proyecto Ananda digital & Body Detox necesitará de un equipamiento e infraestructura de buena calidad y de buenos acabados para poder llegar a cumplir las expectativas de los futuros clientes y de esta forma lograr satisfacer sus necesidades. El total de infraestructura y equipamiento del hotel proyecta una inversión total de \$ 836.279,80.

A continuación se muestra el detalle de los recursos necesarios para la construcción del establecimiento y los valores a pagar por el mismo.

Tabla 6.
Edificaciones

Edificios	Cantidad	Precio Mt2	Mt2 c/u	TOTAL
Habitaciones	40	\$ 400,00	28	\$ 448.000,00
Suite	4	\$ 450,00	35	\$ 63.000,00
Jardín de yoga	3	\$ 35,00	20	\$ 2.100,00
Área de recepción y oficinas	1	\$ 400,00	40	\$ 16.000,00
Restaurante	1	\$ 190,00	70	\$ 13.300,00
Cocina	1	\$ 350,00	50	\$ 17.500,00
Bar	1	\$ 175,00	30	\$ 5.250,00
Áreas comunes y Áreas verdes	1	\$ 12,00	8232	\$ 98.784,00
Piscina	1	\$ 150,00	120	\$ 18.000,00
SPA	1	\$ 300,00	45	\$ 13.500,00
Parqueadero	2	\$ 15,00	120	\$ 3.600,00
Área de Maquinas	1	\$ 150,00	20	\$ 3.000,00
Cuarto para personal	1	\$ 180,00	25	\$ 4.500,00
Garita	1	\$ 120,00	8	\$ 960,00
				\$ 707.494,00

Elaborado por: Las Autoras

También se necesitará equipar al hotel con muebles que se ajusten al servicio que se brindará en el hotel para un correcto funcionamiento, estos deberán ser cómodos y a su vez prácticos. Se han distribuido todos los muebles y enseres en

una tabla clasificados según las áreas que comprende el hotel. A pesar de ser un establecimiento de desintoxicación digital, el hotel si contara con televisores dentro de las habitaciones en estos solo se dispondrá canales de música clásica o de relajación y además se proyectará las actividades diarias del hotel con sus horarios correspondientes

*Tabla 7.
Muebles y enseres parte 1*

	Muebles y Enseres	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Recepción	Muebles recepción	4	\$ 100,00	\$ 400,00
	Sillas Recepción	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Habitaciones	Camas Queen	40	\$ 400,00	\$ 16.000,00
	Camas King	24	\$ 600,00	\$ 14.400,00
	Escritorios de habitaciones	44	\$ 50,00	\$ 2.200,00
	Sillas para escritorio habitación	44	\$ 20,00	\$ 880,00
	Sofá de Suite	4	\$ 75,00	\$ 300,00
	Mueble para habitaciones	44	\$ 70,00	\$ 3.080,00
	Veladores	68	\$ 35,00	\$ 2.380,00
	Armarios divisiones y puertas	44	\$ 65,00	\$ 2.860,00
	Televisores	44	\$ 300,00	\$ 13.200,00
	Mesa desayunadora con 2 sillas*	4	\$ 100,00	\$ 400,00
	mini refrigeradora	44	\$ 110,00	\$ 4.840,00
Portamaletas	44	\$ 10,00	\$ 440,00	
Baños de habitaciones	Lavamanos	48	\$ 45,00	\$ 2.160,00
	Inodoros	44	\$ 40,00	\$ 1.760,00
	Duchas	44	\$ 20,00	\$ 880,00
	Secadora de Cabello	44	\$ 25,00	\$ 1.100,00
Restaurante	Mesas	25	\$ 70,00	\$ 1.750,00
	Aparador	2	\$ 90,00	\$ 180,00
	Sillas	100	\$ 15,00	\$ 1.500,00
Cocina	fregadero	3	\$ 100,00	\$ 300,00
	Mesones de trabajo	2	\$ 800,00	\$ 1.600,00
Baños restaurante	Inodoros	4	\$ 40,00	\$ 160,00
	Secador de manos	2	\$ 40,00	\$ 80,00
	Extractor de olores	4	\$ 60,00	\$ 240,00
	Lavamanos	4	\$ 45,00	\$ 180,00
Área Piscina	Mesas	10	\$ 45,00	\$ 450,00
	Sillas	40	\$ 20,00	\$ 800,00
	Sillas Bronceadoras	20	\$ 40,00	\$ 800,00

Elaborado por: Las autoras

Tabla 8.
Muebles y enseres parte 2

Baños Piscina	Inodoros	4	\$ 40,00	\$ 160,00
	urinarios	1	\$ 60,00	\$ 60,00
	Secador de manos	2	\$ 40,00	\$ 80,00
	Lavamanos	4	\$ 45,00	\$ 180,00
	Duchas	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Bar	Mesa de trabajo	1	\$ 200,00	\$ 200,00
	Fregadero	2	\$ 60,00	\$ 120,00
SPA	Escritorio	1	\$ 50,00	\$ 50,00
	silla	5	\$ 20,00	\$ 100,00
	Sofá	2	\$ 70,00	\$ 140,00
	silla de masaje	3	\$ 115,00	\$ 345,00
	camas de masaje	6	\$ 123,00	\$ 738,00
	Inodoros	1	\$ 40,00	\$ 40,00
área de yoga y taichí	Lavamanos	1	\$ 45,00	\$ 45,00
	baño turco	4	\$ 97,00	\$ 388,00
	tarima para instructor minicomponente	1	\$ 85,00	\$ 85,00
lavandería	minicomponente	1	\$ 83,00	\$ 83,00
	escritorio	1	\$ 40,00	\$ 40,00
	silla	2	\$ 20,00	\$ 40,00
cuarto de equipos	Mesa de trabajo	1	\$ 64,00	\$ 64,00
	mesa	1	\$ 64,00	\$ 64,00
cuarto para personal	silla	1	\$ 20,00	\$ 20,00
	comedor	1	\$ 200,00	\$ 200,00
	sofá	1	\$ 90,00	\$ 90,00
	Inodoros	2	\$ 40,00	\$ 80,00
	Lavamanos	2	\$ 45,00	\$ 90,00
Oficina	Duchas	2	\$ 20,00	\$ 40,00
	Escritorios	6	\$ 90,00	\$ 540,00
	Archivadores	3	\$ 50,00	\$ 150,00
	mueble	1	\$ 100,00	\$ 100,00
	Sillas	8	\$ 20,00	\$ 160,00
				\$ 79.937,00

Elaborado por: Las Autoras

El hotel contará con diferentes equipos de producción así como de operación para el desarrollo de los diferentes servicios y actividades.

Tabla 9.
Equipos

Equipos de Oficina	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Fax	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Teléfonos	7	\$ 20,00	\$ 140,00
			\$ 240,00
Equipos de computación	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Computadoras	6	\$ 400,00	\$ 2.400,00
Impresoras	4	\$ 120,00	\$ 480,00
Fotocopiadora	2	\$ 100,00	\$ 200,00
			\$ 3.080,00
Equipos de SPA	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Calentador para sauna	1	\$ 500,00	\$ 500,00
generador para baño turco	1	\$ 620,00	\$ 620,00
hidromasaje	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
tina para aroma terapia	1	\$ 300,00	\$ 300,00
mini componente	1	\$ 80,00	\$ 80,00
			\$ 3.000,00
Equipos de Lavandería	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
lavadoras	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00
secadoras	2	\$ 680,00	\$ 1.360,00
equipo de planchado	1	\$ 100,00	\$ 100,00
			\$ 2.660,00
Equipos de Cocina	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
cocina 8 hornillas	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
refrigeradora	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
Horno	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Congelador	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Plancha grill	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Campana	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Electrodomésticos varios	1	\$ 600,00	\$ 600,00
			\$ 5.600,00
Equipos de Bar	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Electrodomésticos varios	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Refrigeradora	1	\$ 900,00	\$ 900,00
congelador	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Plancha grill	1	\$ 100,00	\$ 100,00
horno	1	\$ 400,00	\$ 400,00
			\$ 2.500,00
Equipos de Producción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Sistema de calentador de agua	2	\$ 850,00	\$ 1.700,00
Aire acondicionado	14	\$ 600,00	\$ 8.400,00
Generador eléctrico	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Sistema de internet exclusivo pa	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Cámara de Seguridad	15	\$ 80,00	\$ 1.200,00
			\$ 12.900,00

Elaborado por: Las Autoras

De igual manera se detalla a continuación los menajes que se necesitarán para el funcionamiento del hotel distribuido según las áreas de uso. Estos son los rubros que se cotizan y de los cuales se dispone del fondo de caja para su compra.

Tabla 10.
Menajes y Suministros

Menajes de habitaciones	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Colchones Queen	40	\$ 120,00	\$ 4.800,00
Juego de Sabanas Queen	80	\$ 15,00	\$ 1.200,00
Cubrecamas Queen	60	\$ 20,00	\$ 1.200,00
Colchones King	24	\$ 180,00	\$ 4.320,00
Juego de Sabanas King	48	\$ 18,00	\$ 864,00
Cubre camas King	48	\$ 20,00	\$ 960,00
Almohadas	300	\$ 1,50	\$ 450,00
Toallas	300	\$ 6,00	\$ 1.800,00
Dispensadores de mano	44	\$ 6,70	\$ 294,80
			\$ 15.888,80
Menaje de Cocina , Restaurant	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Cubiertos y Utensilios	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Ollas y sartenes	1	\$ 1.180,00	\$ 1.180,00
Platos y Vasos	1	\$ 600,00	\$ 600,00
			\$ 2.980,00

Elaborado por: Las Autoras

3.7. Normas de seguridad

Para el Ananda Digital &Body Detox hotel es de primordial importancia garantizar la seguridad tanto de los huéspedes como los empleados dentro del hotel, es por tal razón que se deberá de detectar los puntos del hotel donde se puedan generar riesgos que puedan llegar a ser una amenaza par a las personas; de esta manera se capacitará al personal para que tenga los debidos conocimientos de las salidas de emergencia y primeros auxilios o medidas a emplearse en caso de alguna emergencia.

Adicionalmente para prestar seguridad se instalarán sistemas de detectores de humo en todas las áreas del hotel, así como también se colocarán extintores como medida de prevención.

CAPÍTULO 4

4. PROPUESTA DEL EMPRENDIMIENTO

4.1. Plan Organizacional

Nombre de la empresa: Ananda S.A.

Nombre del hotel: Ananda Digital & Body Detox Hotel

Logo



*Figura 51. Logo Ananda Digital & Body Detox Hotel
Elaborado por: Las Autoras*

Misión

Proporcionar a los turistas un servicio de calidad, tranquilidad, comodidad, y relajación, mediante diversas actividades, tratamientos y terapias alternativas para mejorar su salud física y mental, dentro de un ambiente de bienestar, con el fin de que los visitantes puedan disfrutar a plenitud de su estancia.

Visión

Lograr consolidarse en el 2020 como un hotel líder ofreciendo servicio detox en Ecuador, superando las expectativas de los clientes, siendo reconocidos como una empresa que brinda servicios de altos estándares de calidad.

Valores

Respeto: Actuar con respeto con todos los que conforman la empresa fomentando de igual manera el buen trato hacia los clientes.

Responsabilidad: Comprometerse a cumplir las expectativas del cliente dando un buen trato y servicio, utilizando estándares de alta calidad.

Calidad de servicio: Brinda servicios que supere las expectativa de los clientes, estar atentos a las necesidades que son requeridos.

Hospitalidad: Estar con una buena disposición hacia el cliente ofreciéndole siempre una buena atención.

Honradez: Inspirando confianza a los consumidores demostrando ser una empresa integra en todos los ámbitos, actuando siempre con equidad.

Organigrama

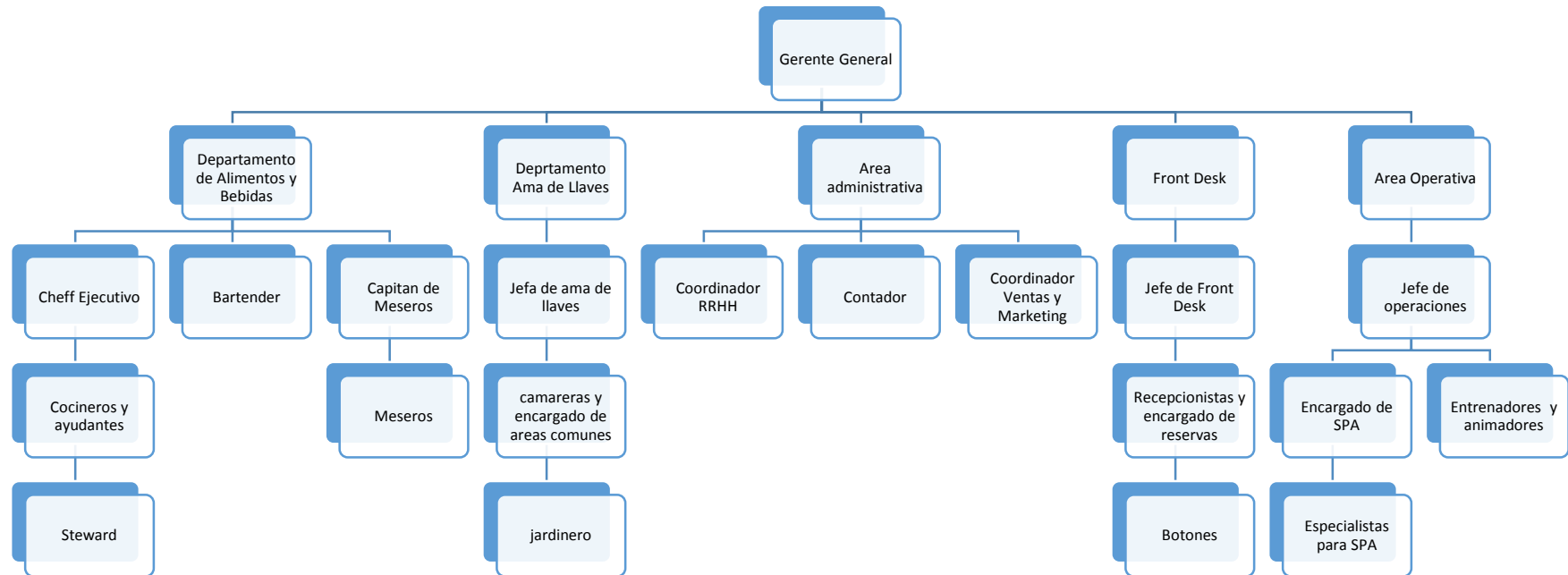


Figura 52. Organigrama.
Elaborado por: Las Autoras

F.O.D.A.

El análisis FODA se divide en dos tipos de factores; el Factor Interno comprende las Fortalezas y Debilidades del proyecto, mientras que el Factor externo mide las Oportunidades y Amenazas.

Fortalezas

- La ubicación del hotel será con salida al mar.
- El hotel estará administrado por profesionales en el área de hotelería y turismo.
- Primer hotel en Ecuador en introducir el concepto Digital &Body Detox.
- Personal capacitado para atender las necesidades de los huéspedes.

Debilidades

- Falta de práctica en la operación hotelera
- Falta de conocimiento por parte de los turistas del servicio a ofrecer.

Oportunidades

- El cantón Playas de Villamil cuenta con demanda de visitantes por su proximidad con la ciudad de Guayaquil.
- En la actualidad no se encuentran otros establecimientos que ofrezcan el mismo servicio.
- Incremento de turismo interno.

Amenazas

- Entrada de competidores
- Inestabilidad política
- Recesión económica mundial

4.2. PLAN DE MARKETING

4.2.1. Segmentación del mercado y Mercado objetivo

Para conocer cuál es el mercado que se va a dirigir el hotel se procedió a realizar un estudio por medio de las encuestas el cual dio como resultado que la segmentación del mercado corresponderá a personas con la edad de 35 años en adelante.

Para iniciar con el mercado objetivo del proyecto se ha dirigido el mismo a la población de Guayaquil del sector norte parte urbana de la ciudad, con el objeto de introducir este servicio y ofrecerla en primer lugar a los residentes de la ciudad de Guayaquil; las características de esta población como se ha definido deben ser de un poder adquisitivo medio-alto, con la disposición de contratar este nuevo servicio, con el objetivo de disfrutar a pleno de una estadía realizando diferentes actividades.

Por otra parte, una vez sea aceptado y posicionado por esta población que ya ha sido estudiada, se buscare introducirse en un mercado el cual sea más amplio como el mercado nacional y los turistas extranjeros.

4.2.2. Estrategia de Posicionamiento

Para las empresas la etapa de empezar su introducción dentro del mercado es de gran importancia para lograr su posicionamiento y mantenerse dentro del mismo, es por esto que se deben destacar y promocionar los atributos del servicio a ofrecer y así tener una diferenciación con relación a los otros establecimientos; el hotel cuenta con un servicio nuevo dentro del mercado por lo cual brindaría un servicio diferencial a los huéspedes.

Por otro lado se debe de tomar en cuenta el tipo de cliente que se espera, todas las personas cuando adquieren un servicio o producto lo que esperan de él es que satisfaga sus expectativas, es por esto que el hotel prestara una atención personalizada complementando un servicio de calidad.

El proyecto a realizar actualmente no cuenta con competencia directa, es por esto que será una de las empresas que primero ofrezca este servicio, se debe posicionar dentro del mercado debido a que los clientes no contarán por el momento con una empresa igual. Se debe fijar una diferenciación con la idea de negocio para no sufrir golpes de la competencia indirecta ya mencionada en algunos casos. Importante lograr posicionarse como líderes en la mente del consumidor y así mantener la empresa dentro del mercado.

4.2.3. Estrategias del marketing Mix: Las 4 Ps

Las estrategias del marketing mix servirán para captar a los clientes que forman parte del mercado objetivo al que el hotel se dirige, de tal manera al emplearlas se podrá obtener mayores ganancias, para esto se necesita analizar para aplicar correctamente las estrategias y así posicionar la imagen de la empresa. Es importante realizar un debido estudio de los elementos esenciales, los cuales son producto, precio, plaza y la promoción que la empresa presentará para llegar a su mercado objetivo.

Producto

Es de gran importancia conocer los atributos del servicio que esta empresa ofrece, el proyecto se compone principalmente, en brindar un servicio de desintoxicación digital y corporal. El servicio que se oferta en el Ananda Digital &Body Detox Hotel se proyecta para superar las expectativas y cubrir las necesidades que los clientes tienen de la empresa.

El presente proyecto busca satisfacer las necesidades de los demandantes mediante los servicios y tratamientos que ofrece en un ambiente de armonía y conformidad, los mismos que permitirán la relajación y purificación del cuerpo.

Los servicios con los que contará el Ananda Digital Body Detox Hotel se encontrarán mediante diversas categorías:

- **Relajación**

Mediante la relajación se busca que las personas obtengan un estado de bienestar general es decir su comodidad tanto mental como corporal para reducir durante un tiempo el estrés producido del diario vivir. Para llevar a cabo el estado de relajación se dispondrá de varias técnicas o servicios que los clientes pueden hacer uso de los mismos. Dentro de los servicios de relajación se encuentran:

- Sauna
- Baño turco
- Aquagym
- Aroma terapia
- Hidromasajes
- Masajes
- Meditación
- Yoga
- Taichí

- **Digital Detox**

Consiste en desintoxicar el cuerpo del uso excesivo de tecnología (Teléfonos, Celulares, Tablets, Computadoras, Internet, Redes Sociales, etc.), tiempo durante el cual se reemplaza el uso de este dispositivo por el de actividades suplementarias que fomentan la relajación mental y física. Logrando de esta forma que las personas se conecten con otras personas y con ellas mismas.

- **Body Detox**

Consiste en el proceso de depuración del organismo mediante comida saludable para la buena salud y funcionamiento del cuerpo, para la realización de la desintoxicación corporal el hotel contara adicionalmente con un bar detox.

- **Bar Detox**

Este bar brindará bebidas detox como zumos o batidos los cuales se elaborarán por medio de variados elementos naturales como frutas y vegetales, estos ayudarán a eliminar toxinas mientras que desintoxican y purifican el organismo. De igual manera el bar contará con snacks hechos a base de frutas, vegetales, verduras, frutos secos, carnes magras y distintos tipos de cereales integrales.

A través de la buena organización y funcionamiento del hotel se otorga al turista el confort que busca para su estadía, además de la satisfacción que obtendrá pues podrá utilizar todos los servicios que brinda el establecimiento para el disfrute de su viaje.

Precio

El precio que se establece es de gran beneficio para ambas partes. Debido a que este proyecto cuenta con un servicio que es nuevo en el mercado se debe determinar un precio que sea aceptable dentro del mismo al que se está enfocando, es por esto que se realizó anteriormente un estudio para conocer que personas estarían dispuestas a adquirir este servicio.

La tarifa base seleccionada para el hotel es de \$ 70 valor que se seleccionó a partir del análisis de mercado realizado anteriormente que dio a conocer que el 58%

de personas encuestadas están dispuestas a pagar un precio máximo de \$ 70 por persona y por noche incluidos todos los servicios ofertados dentro del hotel.

Plaza

El proyecto a realizar del Ananda Digital & Body Detox Hotel contará con canales de distribución como es la directa, es decir se realizará el alquiler directamente con los clientes que se acerquen al establecimiento. También se contará con otra opción que es la comercialización mediante la página web del proyecto, en esta página los clientes podrán realizar la reservación por los días deseados, así mismo verificar la disponibilidad.

Promoción

La promoción del presente proyecto es la parte encargada de dar a conocer y posicionar la empresa para ofrecer sus servicios, para así establecerse dentro de la mente de los consumidores como el primer hotel dentro del mercado en brindar este tipo de servicio.

El proyecto contará con la creación de una página web en la que se podrá encontrar el número de teléfono, la dirección para contacto, las promociones que se realicen, costos así como también fotografías del hotel y todas sus instalaciones como habitaciones y los diversos servicios; las cuales serán actualizadas constantemente para mantener al día a quienes deseen requerir de este servicio.

De igual forma será necesario para promocionar el hotel recurrir a varios recursos para así darlo a conocer a los futuros clientes información necesaria del hotel, entre los medios que se utilizarán se encontrarán:

- Tarjetas de presentación
- Volantes
- Publicidad por medios de correos electrónicos (Mailing)
- Publicidad en redes sociales

4.2.4. Presupuesto de Marketing

Tabla 11.
Presupuesto de marketing

Producto	Cantidad	Valor Total
Creacion de Pagina web	1	\$ 200,00
Mantenimiento mensual de Pagina web	1	\$ 30,00
Volantes	1000	\$ 100,00
Tarjetas de presentacion	200	\$ 20,00
Valla publicitaria	1	\$ 180,00
Mantenimiento mensual de valla publicitaria	1	\$ 30,00

Elaborado por: Las Autoras

4.3. PLAN FINANCIERO

4.3.1. Detalle de la inversión requerida

Para la realización del proyecto se necesita una inversión inicial de \$1.474.061, valor que incluye las cuentas de efectivo, terrenos, muebles y enseres, equipos de oficina, equipos de computación, equipos de SPA, equipos de lavandería, equipos de cocina, equipos de bar, equipos de producción y los gastos generados por la constitución del proyecto. Todos los detalles de cada una de las cuentas serán explicados en la tabla presentada a continuación.

Tabla 12
Inversión Inicial Parte 1

INVERSION INICIAL				
Efectivo		Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Caja - bancos				\$ 20.000,00
				\$ 20.000,00
Terrenos		Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Terreno en Data Villamil **** mt2		10200	\$ 60,00	\$ 612.000,00
				\$ 612.000,00
Edificios	Cantidad	Precio Mt2	Mt2 c/u	TOTAL
Habitaciones	40	\$ 400,00	28	\$ 448.000,00
Suite	4	\$ 450,00	35	\$ 63.000,00
Jardín de yoga	3	\$ 35,00	20	\$ 2.100,00
Área de recepción y oficinas	1	\$ 400,00	40	\$ 16.000,00
Restaurante	1	\$ 190,00	70	\$ 13.300,00
Cocina	1	\$ 350,00	50	\$ 17.500,00
Bar	1	\$ 175,00	30	\$ 5.250,00
Áreas comunes y Áreas verdes	1	\$ 12,00	8232	\$ 98.784,00
Piscina	1	\$ 150,00	120	\$ 18.000,00
SPA	1	\$ 300,00	45	\$ 13.500,00
Parqueadero	2	\$ 15,00	120	\$ 3.600,00
Área de Maquinas	1	\$ 150,00	20	\$ 3.000,00
Cuarto para personal	1	\$ 180,00	25	\$ 4.500,00
Garita	1	\$ 120,00	8	\$ 960,00
				\$ 707.494,00

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 13
Inversión Inicial Parte 2

	Muebles y Enseres	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Recepción	Muebles recepción	4	\$ 100,00	\$ 400,00
	Sillas Recepción	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Habitaciones	Camas Queen	40	\$ 400,00	\$ 16.000,00
	Camas King	24	\$ 600,00	\$ 14.400,00
	Escritorios de habitaciones	44	\$ 50,00	\$ 2.200,00
	Sillas para escritorio habitación	44	\$ 20,00	\$ 880,00
	Sofá de Suite	4	\$ 75,00	\$ 300,00
	Mueble para habitaciones	44	\$ 70,00	\$ 3.080,00
	Veladores	68	\$ 35,00	\$ 2.380,00
	Armarios divisiones y puertas	44	\$ 65,00	\$ 2.860,00
	Televisores	44	\$ 300,00	\$ 13.200,00
	Mesa desayunadora con 2 sillas** Suite	4	\$ 100,00	\$ 400,00
Baños de habitaciones	mini refrigeradora	44	\$ 110,00	\$ 4.840,00
	Portamaletas	44	\$ 10,00	\$ 440,00
	Lavamanos	48	\$ 45,00	\$ 2.160,00
	Inodoros	44	\$ 40,00	\$ 1.760,00
Restaurante	Duchas	44	\$ 20,00	\$ 880,00
	Secadora de Cabello	44	\$ 25,00	\$ 1.100,00
	Mesas	25	\$ 70,00	\$ 1.750,00
Cocina	Aparador	2	\$ 90,00	\$ 180,00
	Sillas	100	\$ 150,00	\$ 15.000,00
	fregadero	3	\$ 100,00	\$ 300,00
Baños restaurante	Mesones de trabajo	2	\$ 800,00	\$ 1.600,00
	Inodoros	4	\$ 40,00	\$ 160,00
	Secador de manos	2	\$ 40,00	\$ 80,00
	Extractor de olores	4	\$ 60,00	\$ 240,00
Área Piscina	Lavamanos	4	\$ 45,00	\$ 180,00
	Mesas	10	\$ 45,00	\$ 450,00
	Sillas	40	\$ 20,00	\$ 800,00
Baños Piscina	Sillas Bronceadoras	20	\$ 40,00	\$ 800,00
	Inodoros	4	\$ 40,00	\$ 160,00
	urinarios	1	\$ 60,00	\$ 60,00
	Secador de manos	2	\$ 40,00	\$ 80,00
	Lavamanos	4	\$ 45,00	\$ 180,00
Bar	Duchas	4	\$ 20,00	\$ 80,00
	Mesa de trabajo	1	\$ 200,00	\$ 200,00
SPA	Fregadero	2	\$ 60,00	\$ 120,00
	Escritorio	1	\$ 50,00	\$ 50,00
	silla	5	\$ 20,00	\$ 100,00
	Sofá	2	\$ 70,00	\$ 140,00
	silla de masaje	3	\$ 115,00	\$ 345,00
	camas de masaje	6	\$ 123,00	\$ 738,00
	Inodoros	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Lavamanos	1	\$ 45,00	\$ 45,00	
área de yoga y taichí	baño turco	4	\$ 97,00	\$ 388,00
	tarima para instructor	1	\$ 85,00	\$ 85,00
	minicomponente	1	\$ 83,00	\$ 83,00
lavandería	escritorio	1	\$ 40,00	\$ 40,00
	silla	2	\$ 20,00	\$ 40,00
	Mesa de trabajo	1	\$ 64,00	\$ 64,00
cuarto de equinos	mesa	1	\$ 64,00	\$ 64,00
	silla	1	\$ 20,00	\$ 20,00
cuarto para personal	comedor	1	\$ 200,00	\$ 200,00
	sofá	1	\$ 90,00	\$ 90,00
	Inodoros	2	\$ 40,00	\$ 80,00
	Lavamanos	2	\$ 45,00	\$ 90,00
	Duchas	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Oficina	Escritorios	6	\$ 90,00	\$ 540,00
	Archivadores	3	\$ 50,00	\$ 150,00
	mueble	1	\$ 100,00	\$ 100,00
	Sillas	8	\$ 20,00	\$ 160,00
				\$ 93.437,00

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 14
Inversión Inicial Parte 3

Equipos de Oficina	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Fax	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Teléfonos	7	\$ 20,00	\$ 140,00
			\$ 240,00
Equipos de computación	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Computadoras	6	\$ 400,00	\$ 2.400,00
Impresoras	4	\$ 120,00	\$ 480,00
Fotocopiadora	2	\$ 100,00	\$ 200,00
			\$ 3.080,00
Equipos de SPA	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Calentador para sauna	1	\$ 500,00	\$ 500,00
generador para baño turco	1	\$ 620,00	\$ 620,00
hidromasaje	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
tina para aroma terapia	1	\$ 300,00	\$ 300,00
mini componente	1	\$ 80,00	\$ 80,00
			\$ 3.000,00
Equipos de Lavandería	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
lavadoras	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00
secadoras	2	\$ 680,00	\$ 1.360,00
equipo de planchado	1	\$ 100,00	\$ 100,00
			\$ 2.660,00
Equipos de Cocina	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
cocina 8 hornillas	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
refrigeradora	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
Horno	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Congelador	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Plancha grill	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Campana	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Electrodomésticos varios	1	\$ 600,00	\$ 600,00
			\$ 5.600,00
Equipos de Bar	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Electrodomésticos varios	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Refrigeradora	1	\$ 900,00	\$ 900,00
congelador	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Plancha grill	1	\$ 100,00	\$ 100,00
horno	1	\$ 400,00	\$ 400,00
			\$ 2.500,00
Equipos de Producción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Sistema de calentador de agua	2	\$ 850,00	\$ 1.700,00
Aire acondicionado	14	\$ 600,00	\$ 8.400,00
Generador eléctrico	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Sistema de internet exclusivo para recepción	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Cámara de Seguridad	15	\$ 80,00	\$ 1.200,00
			\$ 12.900,00
Gastos de Constitución	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Consultoría Técnica	1	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Estudios de Suelo	1	\$ 1.590,00	\$ 1.590,00
Planos	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Tasa y permisos	1	\$ 2.760,00	\$ 2.760,00
			\$ 11.150,00

Elaborado por: Las Autoras

4.3.2. Balance Inicial

En la siguiente tabla se encontrará el balance inicial donde se puede ver que el total de activos de la empresa es de \$ 1.474.061 el cual se manejará en base a un 40% de capital propio y el 60% restante con un préstamo.

Tabla 15
Balance Inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Corriente	\$ 20.000,00	Pasivo Corriente	\$ 884.436,60
Caja	\$ 20.000,00	Documentos por pagar	\$ 884.436,60
Activo Fijo	\$ 1.442.911,00	TOTAL PASIVOS	\$ 884.436,60
Terrenos	\$ 612.000,00		
Edificios	\$ 707.494,00		
Muebles y Enseres	\$ 93.437,00		
Equipos de Cocina	\$ 5.600,00		
Equipos de Bar	\$ 2.500,00		
Equipos de Computación	\$ 3.080,00		
Equipos de Oficina	\$ 240,00		
Equipos de SPA	\$ 3.000,00		
Equipos de Lavandería	\$ 2.660,00		
Equipos de Producción	\$ 12.900,00		
Activo Diferido	\$ 11.150,00		
Gastos de Constitución	\$ 11.150,00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 1.474.061,00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 1.474.061,00
		PATRIMONIO	
		Capital Propio	\$ 589.624,40
		TOTAL PATRIMONIO	\$ 589.624,40

Elaborado por: Las Autoras

4.3.3. Amortización del préstamo

El préstamo se efectuará a través de la CFN (Corporación Financiera Nacional) con un monto total de \$ 884.436,60 aplicando la tasa del 10% anual durante un periodo de 5 años, teniendo un pago mensual de \$ 18.791,66 siendo este un total de \$ 225.499,96 anuales.

Tabla 16
Amortización del préstamo

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO		
Monto del Crédito	\$ 884.436,60	Dólares
Tasa Interés Anual	10,00%	Porcentaje
Tasa de Interés Mensual	0,83%	Porcentaje
Plazo	5	Años
Dividendo	60	Meses
Cuota Mensual	\$ 18.791,66	

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 17
Proyección anual de préstamo

RESUMEN PROYECCIÓN ANUAL			
PERÍODO	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA ANUAL
1	\$ 143.515,86	\$ 81.984,10	\$ 225.499,97
2	\$ 158.543,85	\$ 66.956,12	\$ 225.499,97
3	\$ 175.145,46	\$ 50.354,50	\$ 225.499,97
4	\$ 193.485,48	\$ 32.014,49	\$ 225.499,97
5	\$ 213.745,94	\$ 11.754,03	\$ 225.499,97
Total	\$ 884.436,60	\$ 243.063,24	\$ 1.127.499,84

Elaborado por: Las Autoras

4.3.4. Proyección Anual de Ingresos

En cuanto a la realización de la proyección anual de ingresos fue tomada la máxima capacidad diaria del hotel que es de 128 maximizándola a la capacidad máxima anual que es de 46.080. El cálculo fue establecido en base a la tarifa de \$70 por persona que fue tomada de las encuestas realizadas y al porcentaje de ocupación mensual estimado del hotel, tomando en cuenta que cada año el precio de la tarifa sube un 4,36% (porcentaje de la inflación del Ecuador hasta el mes de junio del 2015) y el incremento en ventas anual es de un 10%.

Tabla 18
Proyección anual de ingresos

Proyección Anual de Ingresos					
Rubros por habitaciones	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad personas	27648	30413	33454	36799	40479
Precio Unitario	\$ 70,00	\$ 73,05	\$ 76,24	\$ 79,56	\$ 83,03
Total	\$ 1.935.360,00	\$ 2.221.715,87	\$ 2.550.440,95	\$ 2.927.804,19	\$ 3.361.002,09
% Ocupación promedio	60%	66%	73%	80%	88%

Elaborado por: Las Autoras

4.3.5. Proyección Anual de Costos y Gastos

Tabla 19
Proyección anual de Costos

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima					
Agua	\$ 3.600,00	\$ 3.756,96	\$ 3.920,76	\$ 4.091,71	\$ 4.270,11
Internet	\$ 840,00	\$ 876,62	\$ 914,84	\$ 954,73	\$ 996,36
Agua de piscina	\$ 1.920,00	\$ 2.003,71	\$ 2.091,07	\$ 2.182,24	\$ 2.277,39
Químicos piscina	\$ 240,00	\$ 250,46	\$ 261,38	\$ 272,78	\$ 284,67
Mantenimiento áreas verdes	\$ 3.600,00	\$ 3.756,96	\$ 3.920,76	\$ 4.091,71	\$ 4.270,11
Energía eléctrica	\$ 7.200,00	\$ 7.513,92	\$ 7.841,53	\$ 8.183,42	\$ 8.540,21
Amenities para habitaciones	\$ 4.320,00	\$ 4.508,35	\$ 4.704,92	\$ 4.910,05	\$ 5.124,13
Alimentación personal	\$ 32.400,00	\$ 33.812,64	\$ 35.286,87	\$ 36.825,38	\$ 38.430,97
Insumos restaurante	\$ 165.888,00	\$ 173.120,72	\$ 180.668,78	\$ 188.545,94	\$ 196.766,54
Insumos de Spa	\$ 4.320,00	\$ 4.508,35	\$ 4.704,92	\$ 4.910,05	\$ 5.124,13
Insumos para limpieza	\$ 12.000,00	\$ 12.523,20	\$ 13.069,21	\$ 13.639,03	\$ 14.233,69
Mano de obra Directa					
Guardia	\$ 28.800,00	\$ 30.055,68	\$ 31.366,11	\$ 32.733,67	\$ 34.160,86
Jefe de front desk	\$ 9.288,34	\$ 10.319,47	\$ 10.769,40	\$ 11.238,95	\$ 11.728,97
Recepcionista	\$ 21.187,93	\$ 23.520,58	\$ 24.546,08	\$ 25.616,28	\$ 26.733,15
Reservas	\$ 7.062,64	\$ 7.840,19	\$ 8.182,03	\$ 8.538,76	\$ 8.911,05
Botones	\$ 12.226,02	\$ 13.564,73	\$ 14.156,16	\$ 14.773,36	\$ 15.417,48
Jefe de Operaciones	\$ 9.288,34	\$ 10.319,47	\$ 10.769,40	\$ 11.238,95	\$ 11.728,97
Encargado de SPA	\$ 7.804,54	\$ 8.666,62	\$ 9.044,48	\$ 9.438,82	\$ 9.850,36
Especialista de SPA	\$ 21.187,93	\$ 23.520,58	\$ 24.546,08	\$ 25.616,28	\$ 26.733,15
Entrenadores y animadores	\$ 21.187,93	\$ 23.520,58	\$ 24.546,08	\$ 25.616,28	\$ 26.733,15
Chef Ejecutivo	\$ 12.255,94	\$ 13.625,18	\$ 14.219,24	\$ 14.839,20	\$ 15.486,19
Cocinero / Chef	\$ 9.288,34	\$ 10.319,47	\$ 10.769,40	\$ 11.238,95	\$ 11.728,97
Asistente de Cocina	\$ 14.125,28	\$ 15.680,39	\$ 16.364,05	\$ 17.077,52	\$ 17.822,10
Steward	\$ 6.113,01	\$ 6.782,37	\$ 7.078,08	\$ 7.386,68	\$ 7.708,74
Bartender	\$ 7.804,54	\$ 8.666,62	\$ 9.044,48	\$ 9.438,82	\$ 9.850,36
Capitán de Meseros	\$ 17.092,88	\$ 18.986,09	\$ 19.813,89	\$ 20.677,77	\$ 21.579,32
Meseros	\$ 37.924,45	\$ 42.082,60	\$ 43.917,40	\$ 45.832,20	\$ 47.830,48
Jefa de ama de llaves	\$ 7.804,54	\$ 8.666,62	\$ 9.044,48	\$ 9.438,82	\$ 9.850,36
Camareras	\$ 30.565,05	\$ 33.911,83	\$ 35.390,39	\$ 36.933,41	\$ 38.543,71
Encargado de áreas comunes	\$ 12.226,02	\$ 13.564,73	\$ 14.156,16	\$ 14.773,36	\$ 15.417,48
Jardinero	\$ 6.113,01	\$ 6.782,37	\$ 7.078,08	\$ 7.386,68	\$ 7.708,74
TOTAL	\$ 535.674,73	\$ 577.028,08	\$ 602.186,50	\$ 628.441,83	\$ 655.841,90

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 20
Proyección anual de Gastos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Administración	\$ 134.479,73	\$ 130.584,99	\$ 134.295,27	\$ 137.243,31	\$ 141.284,17
Gerente General	\$ 22.642,54	\$ 25.195,16	\$ 26.293,67	\$ 27.440,07	\$ 28.636,46
Coordinador de RRHH	\$ 9.288,34	\$ 10.319,47	\$ 10.769,40	\$ 11.238,95	\$ 11.728,97
Contador	\$ 15.223,54	\$ 16.930,89	\$ 17.669,07	\$ 18.439,45	\$ 19.243,41
Coordinador de ventas y marketing	\$ 9.288,34	\$ 10.319,47	\$ 10.769,40	\$ 11.238,95	\$ 11.728,97
Telefono	\$ 1.200,00	\$ 1.252,32	\$ 1.306,92	\$ 1.363,90	\$ 1.423,37
Internet	\$ 840,00	\$ 876,62	\$ 914,84	\$ 954,73	\$ 996,36
Uniformes	\$ 3.920,00	\$ 4.090,91	\$ 4.269,28	\$ 4.455,42	\$ 4.649,67
Capacitación personal	\$ 9.800,00	\$ 10.227,28	\$ 10.673,19	\$ 11.138,54	\$ 11.624,18
Alimentación personal administrativo	\$ 3.840,00	\$ 4.007,42	\$ 4.182,15	\$ 4.364,49	\$ 4.554,78
Suministros de Oficina	\$ 1.800,00	\$ 1.878,48	\$ 1.960,38	\$ 2.045,85	\$ 2.135,05
Depreciacion Edificios	\$ 31.837,23	\$ 31.837,23	\$ 31.837,23	\$ 31.837,23	\$ 31.837,23
Depreciacion Muebles y Enseres	\$ 8.409,33	\$ 8.409,33	\$ 8.409,33	\$ 8.409,33	\$ 8.409,33
Depreciacion Equipos de Cocina	\$ 504,00	\$ 504,00	\$ 504,00	\$ 504,00	\$ 504,00
Depreciacion Equipos de Bar	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00
Depreciacion Equipos de Computación	\$ 924,00	\$ 924,00	\$ 924,00	\$ -	\$ -
Depreciacion Equipos de Oficina	\$ 21,60	\$ 21,60	\$ 21,60	\$ 21,60	\$ 21,60
Depreciacion Equipos de SPA	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00
Depreciacion Equipos de Lavanderia	\$ 478,80	\$ 478,80	\$ 478,80	\$ 478,80	\$ 478,80
Depreciacion Equipos de Producción	\$ 2.322,00	\$ 2.322,00	\$ 2.322,00	\$ 2.322,00	\$ 2.322,00
Amortización	\$ 11.150,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de Ventas	\$ 97.267,28	\$ 111.202,89	\$ 127.180,54	\$ 145.501,48	\$ 166.511,54
Gastos por Publicidad	\$ 3.840,00	\$ 4.007,42	\$ 4.182,15	\$ 4.364,49	\$ 4.554,78
Pagina web creacion y mantenimiento	\$ 530,00	\$ 553,11	\$ 577,22	\$ 602,39	\$ 628,65
Comisiones Tarjetas 8%	\$ 92.897,28	\$ 106.642,36	\$ 122.421,17	\$ 140.534,60	\$ 161.328,10
Gastos Financieros	\$ 81.984,10	\$ 66.956,12	\$ 50.354,50	\$ 32.014,49	\$ 11.754,03
Intereses	\$ 81.984,10	\$ 66.956,12	\$ 50.354,50	\$ 32.014,49	\$ 11.754,03
TOTAL	\$ 313.731,11	\$ 308.744,00	\$ 311.830,31	\$ 314.759,27	\$ 319.549,73

Elaborado por: Las Autoras

En los cuadros anteriores se encuentran especificados los costos de materia prima y mano de obra directa para el proyecto, y también los gastos del proyecto ambos calculados con los porcentajes de ocupación de cada mes y con el incremento de la tasa de inflación a julio 2015 de 4,36%. En el ANEXO IV se detallara el rol de pago de empleados y las depreciaciones en el ANEXO V.

4.3.6. Estado de Resultados anual proyectado

Como se observa en la tabla siguiente el estado de resultados se ve muy favorable, para realizar este fue tomada la tasa actual de utilidad a participación de trabajadores que es del 15% y la tasa del impuesto a la renta que es el 22%. En el primer año de operación la empresa obtendría una utilidad neta de \$ 719.987,60.

Tabla 21
Estado de resultados

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Totales	\$ 1.935.360,00	\$ 2.221.715,87	\$ 2.550.440,95	\$ 2.927.804,19	\$ 3.361.002,09
(-) Costos de Operación	\$ 535.674,73	\$ 577.028,08	\$ 602.186,50	\$ 628.441,83	\$ 655.841,90
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 1.399.685,27	\$ 1.644.687,79	\$ 1.948.254,44	\$ 2.299.362,35	\$ 2.705.160,20
(-) Gastos en Administración	\$ 134.479,73	\$ 130.584,99	\$ 134.295,27	\$ 137.243,31	\$ 141.284,17
(-) Gastos de Ventas	\$ 97.267,28	\$ 111.202,89	\$ 127.180,54	\$ 145.501,48	\$ 166.511,54
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 1.167.938,26	\$ 1.402.899,90	\$ 1.686.778,64	\$ 2.016.617,56	\$ 2.397.364,49
(-) Gastos Financieros	\$ 81.984,10	\$ 66.956,12	\$ 50.354,50	\$ 32.014,49	\$ 11.754,03
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	\$ 1.085.954,16	\$ 1.335.943,78	\$ 1.636.424,14	\$ 1.984.603,08	\$ 2.385.610,46
(-) 15% Participación a trabajadores	\$ 162.893,12	\$ 200.391,57	\$ 245.463,62	\$ 297.690,46	\$ 357.841,57
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 923.061,03	\$ 1.135.552,22	\$ 1.390.960,52	\$ 1.686.912,62	\$ 2.027.768,89
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 203.073,43	\$ 249.821,49	\$ 306.011,31	\$ 371.120,78	\$ 446.109,16
(=) UTILIDAD NETA	\$ 719.987,60	\$ 885.730,73	\$ 1.084.949,20	\$ 1.315.791,84	\$ 1.581.659,74

Elaborado por: Las Autoras

4.3.7. Flujo de caja anual proyectado

Como se observa en el flujo de caja anual para obtener el flujo operacional se le restan a los ingresos totales los egresos de efectivo de la empresa para así después restarle los egresos causados por el financiamiento y así poder obtener el flujo neto de la caja en el primer año estimando los demás con el aumento del 4,36% en la tasa de inflación.

Tabla 22
Flujo de caja anual

FLUJO DE CAJA ANUAL					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo Operacional					
Ingresos por ventas	\$ 1.935.360,00	\$ 2.221.715,87	\$ 2.550.440,95	\$ 2.927.804,19	\$ 3.361.002,09
(-) Egresos de efectivo					
Costos de operación	\$ 535.674,73	\$ 577.028,08	\$ 602.186,50	\$ 628.441,83	\$ 655.841,90
Gastos de administración	\$ 77.842,77	\$ 85.098,03	\$ 88.808,31	\$ 92.680,35	\$ 96.721,21
Gastos de ventas	\$ 97.267,28	\$ 111.202,89	\$ 127.180,54	\$ 145.501,48	\$ 166.511,54
Participación de trabajadores	\$ 162.893,12	\$ 200.391,57	\$ 245.463,62	\$ 297.690,46	\$ 357.841,57
Impuesto a la renta	\$ 203.073,43	\$ 249.821,49	\$ 306.011,31	\$ 371.120,78	\$ 446.109,16
(=) Flujo Neto Operacional	\$ 858.608,67	\$ 998.173,81	\$ 1.180.790,67	\$ 1.392.369,29	\$ 1.637.976,72
FLUJO DE FINANCIAMIENTO					
Ingresos de efectivo					
PRESTAMOS RECIBIDOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo					
Pagos de préstamos o principal	\$ 143.515,86	\$ 158.543,85	\$ 175.145,46	\$ 193.485,48	\$ 213.745,94
Pago de intereses	\$ 81.984,10	\$ 66.956,12	\$ 50.354,50	\$ 32.014,49	\$ 11.754,03
(=) Flujo neto de financiamiento	\$ (225.499,97)	\$ (225.499,97)	\$ (225.499,97)	\$ (225.499,97)	\$ (225.499,97)
FLUJO NETO DE CAJA	\$ 633.108,70	\$ 772.673,84	\$ 955.290,70	\$ 1.166.869,32	\$ 1.412.476,76

Elaborado por: Las Autoras

4.3.8. Balance General anual proyectado

A continuación se detallarán los activos pasivos y patrimonios de la empresa con las cuentas más importantes y los valores detallados en proyección a 5 años.

Tabla 23
Balance General

BALANCE GENERAL					
ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes					
Caja	\$ 653.108,70	\$ 1.425.782,54	\$ 2.381.073,24	\$ 3.547.942,56	\$ 4.960.419,31
Total Activos Corrientes	\$ 653.108,70	\$ 1.425.782,54	\$ 2.381.073,24	\$ 3.547.942,56	\$ 4.960.419,31
Activo Fijo					
Terrenos	\$ 612.000,00	\$ 612.000,00	\$ 612.000,00	\$ 612.000,00	\$ 612.000,00
Edificios	\$ 707.494,00	\$ 707.494,00	\$ 707.494,00	\$ 707.494,00	\$ 707.494,00
Muebles y Enseres	\$ 93.437,00	\$ 93.437,00	\$ 93.437,00	\$ 93.437,00	\$ 93.437,00
Equipos de Cocina	\$ 5.600,00	\$ 5.600,00	\$ 5.600,00	\$ 5.600,00	\$ 5.600,00
Equipos de Bar	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Equipos de Computación	\$ 3.080,00	\$ 3.080,00	\$ 3.080,00	\$ 3.080,00	\$ 3.080,00
Equipos de Oficina	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Equipos de SPA	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Equipos de Lavandería	\$ 2.660,00	\$ 2.660,00	\$ 2.660,00	\$ 2.660,00	\$ 2.660,00
Equipos de Producción	\$ 12.900,00	\$ 12.900,00	\$ 12.900,00	\$ 12.900,00	\$ 12.900,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ (45.486,96)	\$ (90.973,92)	\$ (136.460,88)	\$ (181.023,84)	\$ (225.586,80)
Total Activos Fijos	\$ 1.397.424,04	\$ 1.351.937,08	\$ 1.306.450,12	\$ 1.261.887,16	\$ 1.217.324,20
Activos Diferidos					
Gastos de Constitución	\$ 11.150,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Amortización Acumulada	\$ (11.150,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Activos Diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 2.050.532,74	\$ 2.777.719,62	\$ 3.687.523,36	\$ 4.809.829,72	\$ 6.177.743,51
PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
Cuentas por Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Pasivos Corrientes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pasivo de Largo Plazo					
Préstamo Bancario	\$ 740.920,74	\$ 582.376,89	\$ 407.231,42	\$ 213.745,94	\$ (0,00)
Total Pasivos de Largo Plazo	\$ 740.920,74	\$ 582.376,89	\$ 407.231,42	\$ 213.745,94	\$ (0,00)
TOTAL PASIVOS	\$ 740.920,74	\$ 582.376,89	\$ 407.231,42	\$ 213.745,94	\$ (0,00)
PATRIMONIO					
Capital	\$ 589.624,40	\$ 589.624,40	\$ 589.624,40	\$ 589.624,40	\$ 589.624,40
Utilidad Neta	\$ 719.987,60	\$ 885.730,73	\$ 1.084.949,20	\$ 1.315.791,84	\$ 1.581.659,74
Retención de Utilidades	\$ -	\$ 719.987,60	\$ 1.605.718,33	\$ 2.690.667,54	\$ 4.006.459,38
TOTAL PATRIMONIO	\$ 1.309.612,00	\$ 2.195.342,73	\$ 3.280.291,94	\$ 4.596.083,78	\$ 6.177.743,51
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 2.050.532,74	\$ 2.777.719,62	\$ 3.687.523,36	\$ 4.809.829,72	\$ 6.177.743,51

Elaborado por: Las Autoras

4.4. Evaluación del proyecto

Para evaluar el proyecto y su viabilidad se realizó un cálculo económico – financiero, tomando en cuenta el punto de equilibrio del proyecto y las razones de rentabilidad del mismo basado en el análisis de los tres escenarios el pesimista, real y el optimista.

4.4.1. Evaluación económica-financiera

En la presente evaluación se obtuvo como resultado que con la inversión inicial de \$1.474.061 aplicando una tasa de costo de oportunidad del 12% proporcionada por la CFN, el valor actual neto (VAN) asciende a los \$1.930.186,32 que quiere decir que la inversión produciría más ganancias de la rentabilidad exigida, con una tasa interna de retorno buena del 50% logrando recuperar la inversión en solo 2 años 1 mes aproximadamente; teniendo un beneficio de \$1,31 por cada dólar invertido en el proyecto.

Tabla 24
Evaluación Financiera y Económica del Proyecto

EVALUACIÓN FINANCIERA	
INVERSIÓN INICIAL	\$ 1.474.061,00
TASA descto o tasa de costo de oportunidad	12%
VAN	\$ 1.930.186,32
TIR	50%
Relación Beneficio/costo (B/C)	\$ 1,31
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	2 años 1 mes

Elaborado por: Las Autoras

4.4.2. Razones de rentabilidad

Para elaborar el análisis de rentabilidad se tomaron en cuenta 4 indicadores que son el Margen bruto (Utilidad Bruta/Ventas), Margen neto (Utilidad

Neta/Venta), Retorno sobre activos (Utilidad Neta/Activo Total) y el Retorno sobre el capital (Utilidad Neta / Patrimonio).

Tabla 25
Rentabilidad

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO						
INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO	Utilidad Bruta/ Ventas = %	72%	74%	76%	79%	80%
MARGEN NETO	Utilidad Neta / Ventas = %	37%	40%	43%	45%	47%
RETORNO SOBRE ACTIVOS	Utilidad Neta / Activo Total = %	35%	32%	29%	27%	26%
RETORNO SOBRE CAPITAL	Utilidad Neta / Patrimonio = %	55%	40%	33%	29%	26%

Elaborado por: Las Autoras

4.4.3. Punto de Equilibrio

En el cálculo del punto de equilibrio se notó una rentabilidad en la venta del producto. Para esto fue necesario conocer bien los costos y gastos estimados de la empresa. Estos costos sirven de guía para saber cuánto debe de obtener como venta mínima en el futuro la empresa para obtener ganancias.

Tabla 26
Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS TOTALES	\$ 313.731,11	\$ 308.744,00	\$ 311.830,31	\$ 314.759,27	\$ 319.549,73
COSTOS VARIABLES	\$ 535.674,73	\$ 577.028,08	\$ 602.186,50	\$ 628.441,83	\$ 655.841,90
% COSTOS VARIABLES	27,68%	25,97%	23,61%	21,46%	19,51%
Punto de Equilibrio	\$ 433.799,41	\$ 417.064,84	\$ 408.214,02	\$ 400.786,56	\$ 397.021,71

Elaborado por: Las Autoras

4.4.4. Análisis por Escenarios

Con esta técnica se analizan dos escenarios: uno pesimista y uno optimista, que permitirá determinar los resultados de la evaluación de la inversión del proyecto. En cada uno de estos escenarios se tomaron en cuenta las variables de precio o tarifa

de venta, el incremento en % de precios y ventas anuales, el incremento de costos y gastos anual.

En los resultados se observa que existe rentabilidad para el negocio inclusive en el escenario pesimista ya que el valor de la inversión siempre se recupera antes que se cumpla el plazo de la deuda con la TIR más baja de 42% y el proyecto soporta la carga financiera lo que permite compartir el riesgo en caso de que no se cumpla lo esperado (escenario base).

Tabla 27
Optimista y Pesimista

PARÁMETROS DE PROYECCIÓN	PESIMISTA	BASE	OPTIMISTA
Precios de Venta	\$ 67,00	\$ 70,00	\$ 80,00
Incremento anual de ventas	8%	10%	12%
Incremento anual de precios	4,36%	4,36%	6%
Incremento anual de costos y gastos	4,50%	4,36%	4,36%

EVALUACIÓN FINANCIERA	PESIMISTA	BASE	OPTIMISTA
TASA DE DESCUENTO	12%	12%	12%
VAN	\$ 1.479.562,62	\$ 1.930.186,32	\$ 3.224.202,01
TIR	42%	50%	68%
B/C	\$ 1,00	\$ 1,31	\$ 2,19
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	2 años 3 meses	2 años 1 mes	1 año 7 meses 23 días

Elaborado por: Las Autoras

4.4.5. Impactos del proyecto

Impacto Ambiental:

Al momento del desarrollo de actividades turísticas se utiliza recursos naturales y se impacta sobre ellos, pero para la creación de este proyecto se busca minimizar cualquier impacto o efecto negativo que comprometa al medio ambiente, evitando la degradación ambiental y controlando la contaminación que pueda surgir.

Entre las medidas a tomar para minimizar el impacto ambiental el hotel realizara las siguientes acciones:

- El hotel contará con aéreas verdes para armonizar el ambiente y ayudar a la producción de oxígeno.
- Se limpiará constantemente la playa del hotel y se crearán políticas para promover la conservación de la misma por nuestros clientes y empleados.
- Minimizar el consumo de recursos del hotel creando prácticas de ahorro para los empleados.
- Mediante el uso de buenas prácticas de mantenimiento y preservación lograr extender la durabilidad de productos y materiales que sean utilizados en el hotel.
- Lograr brindar un buen servicio y a su vez que este sea innovador, sin tener que incrementar el consumo de recursos. Como será el uso de dispensadores de shampoo y acondicionador en todos los baños.

Impacto Social:

Con la creación de Ananda Digital & Body Detox Hotel surgirán 60 plazas nuevas de empleo.

Del mismo modo el hotel ayudará a la sociedad con el servicio que brinda ya que reducirá temporalmente el estrés causado por el uso excesivo de las tecnologías en la vida cotidiana.

Impacto Económico:

Durante los últimos años el turismo y actividad hotelera en el Ecuador están en gran crecimiento. Debido a esto, el desarrollo de las mismas beneficiara el incremento económico del país, a su vez con las plazas de empleo que genera, mejora la economía de las familias del lugar y crea beneficios económicos indirectos ya que cada turista que vaya al hotel consumirá en su paso por la localidad.

CONCLUSIONES

Al realizar el presente estudio se puede concluir que este proyecto se puede efectuar, debido a que por medio de los servicios que son ofrecidos por parte del hotel y la propuesta que se ha planteado para los clientes de vivir una experiencia de estadía sin ninguna clase de interrupción por dispositivos electrónicos, manteniendo una alimentación saludable y diversas técnicas de relajación, ha sido de gran aceptación por ser una idea innovadora.

Para poder definir la categoría y tipo de hotel se recurrió al Reglamento de Alojamiento dispuesto por el Ministerio de turismo, mediante este se puede considerar que la propuesta que se presenta estaría ubicado como un hotel de 3 estrellas debido a que para su operación contará con 44 habitaciones las cuales estarán totalmente equipadas para cumplir con las expectativas de los clientes y satisfaciendo así sus necesidades.

La propuesta presentada se considera factible debido a que se realizó un estudio de mercado mediante encuestas para poder conocer el perfil del mercado o de los futuros clientes que estarían dispuestos a acudir a este tipo de establecimiento, como resultado se obtuvo que el 96% de los encuestados presenta interés de conocer esta oferta, de igual manera se pudo obtener el precio por el cual pagarían por su estadía en este hotel el cual es de \$ 70 USD por persona y por noche dentro de este valor se encuentran los servicios todo incluido que se encuentran dentro del hotel.

Finalmente se realizó un análisis financiero para poder evaluar la posibilidad de realizar este proyecto el cual dio como resultado que es factible y demuestra tener ganancias sobre la inversión con un Valor Actual Neto casi del doble de la inversión, recuperando siempre el valor de la misma mucho antes del vencimiento de los préstamos, con una TIR base de 50% y en el peor de los escenarios de 42%.

RECOMENDACIONES

Es recomendable para efectuar el proyecto siempre contar con los recursos indispensables para poder desarrollar lo propuesto como son el personal apto y el equipamiento necesario, y de esta manera cumpla con servicios de alta calidad para poder satisfacer las expectativas de los huéspedes.

Por otro lado el hotel deberá tener siempre en cuenta los posibles impactos que puedan surgir en el tiempo de operación, es por esto que es recomendable crear un plan o políticas para así tomar acciones y poder evitarlos o minimizarlos.

Como recomendación para que la propuesta cumpla con una buena operación y tenga éxito dentro del mercado, se deberá tener muy presente el plan de marketing que se vaya a realizar para así lograr posicionarse dentro de la mente de las personas y atraer nuevos clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Banco Central del Ecuador. (s.f.). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 27 de Julio de 2015, de Información Económica: <http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/788-banco-central-del-ecuador>

Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Asamblea Nacional* . Recuperado el 22 de Julio de 2015, de http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

Ávila, H. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. (J. C. Coll, Ed.) Chihuahua, Mexico: Eumed.net.

Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (2da Edición ed.). México: Pearson Educación.

Cárdenas, A. (8 de Enero de 2014). *No tenemos Wi-Fi hablen entre ustedes*. Recuperado el 15 de Julio de 2015, de <http://blog.es.idealist.org/no-tenemos-wi-fi-hablen-entre-ustedes/>

De la Torre Padilla, O. (1990). *El Turismo: Fenómeno social* (1era Edición ed.). México DF: Fondo de Cultura Económica.

Digital Detox Holidays. (2012). *Digital Detox Holidays*. Recuperado el 5 de Junio de 2015, de <http://digitaldetoxholidays.com/>

Esteve, R., Fuentes, R., Martín, M. d., & Torres, E. (2006). *Estructura de mercados turísticos* (1era Edición ed.). (E. T. Bernier, Ed.) Barcelona, España: Editorial UOC.

Euromonitor Internacional. (7 de Octubre de 2013). *Euromonitor Internacional*. Recuperado el 3 de Junio de 2015, de <http://blog.euromonitor.com/2013/10/wtm-global-trends-report-correctly-predicts-the-future-of-the-travel-industry.html>

Fernández, Á. (2004). *Investigación y técnicas de mercado*. Madrid, España: ESIC Editorial.

Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica* (1era Edición ed.). Córdoba, Argentina: Brujas.

Gutiérrez, A. (Abril de 2015). *IPMARK*. Recuperado el 21 de Julio de 2015, de http://ipmark.com/wp-content/uploads/2015/06/La_transformacion_digital-2.pdf

INEC. (s.f.). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 26 de Julio de 2015, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

INEC. (16 de Mayo de 2014). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 29 de Mayo de 2015, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/12-millones-de-ecuatorianos-tienen-un-telefono-inteligente-smartphone/>

Ingram, H., & Medlik, S. (2000). *Business of Hotels* (4ta Edicion ed.). Oxford: Butterworth Heinemann.

Lipman, F. (7 de Septiembre de 2010). *Dr. Frank Lipman The voice of sustainable wellness*. Recuperado el 25 de Julio de 2015, de <http://www.drfranklipman.com/>

Malo, M. (28 de Septiembre de 2013). *Presidencia*. Recuperado el 29 de Mayo de 2015, de <http://www.presidencia.gob.ec/ecuador-combate-mortalidad-por-malos-habitos-de-vida-y-mala-alimentacion/>

Martínez, D., & Milla, A. (2012). *Análisis del entorno*. Madrid, España: Días de Santos.

Ministerio de Turismo . (24 de Marzo de 2015). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Recuperado el 4 de Julio de 2015, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/RO.-465-Reglamento-de-Alojamiento-Tur%C3%ADstico-con-anexos.pdf>

Ministerio de Turismo. (6 de Mayo de 2008). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Recuperado el 25 de Julio de 2015, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf>

Ministerio de Turismo. (Septiembre de 2012). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Recuperado el 2 de Julio de 2015, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/10/2.-TURISMO-CONSCIENTE-Algunas-ideas.pdf>

Ministerio de Turismo. (8 de Noviembre de 2012). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Recuperado el 2 de Julio de 2015, de <http://www.turismo.gob.ec/en-londres-se-ratifica-concepto-de-turismo-consciente-con-la-creacion-del-plan-maestro/>

Ministerio de Turismo. (2013). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Recuperado el 25 de Julio de 2015, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Ministerio de Turismo. (s.f.). *Quito Turismo*. Recuperado el 20 de Julio de 2015, de <http://www.quito-turismo.gob.ec/>

Ministerio del Ambiente. (2004). *Ministerio del Ambiente del Ecuador*. Recuperado el 29 de Julio de 2015, de Ley de Gestión Ambiental: <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Ley-de-Gestio%C2%81n-Ambiental.pdf>

Mohammad, N. (2005). *Metodología de la investigación*. México DF, México: Limusa Noriega Editores.

Mourelle, M. L., Meijide, R., Freire, A., Maraver, F., & Carretero, M. I. (2009). *Técnicas hidrotermales y estética del bienestar*. Madrid, España: Paraninfo S.A.

Organizacion Mundial de Turismo (OMT). (s.f.). *Organizacion Mundial de Turismo*. Recuperado el 10 de Junio de 2015, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Oxford University . (2013). *Oxford Dictionaries*. Recuperado el 8 de Julio de 2015, de http://www.oxforddictionaries.com/es/definicion/ingles_americano/digital-detox

Porter, M. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York, USA: The Free Press.

Quesada Castro, R. (2010). *Elementos de Turismo. Teoría, Calsificación y Actividad*. (2da Edicion ed.). San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.

Ryman, D. (1995). *Aromaterapia* (1era Edición ed.). Barcelona, España: Kairós.

Salanova Soria, M. (2003). Trabajando con tecnologías y afrontando el tecnoestrés: El rol de las creencias de eficacia. *Revista de Psicología del trabajo y de las organizaciones*, 19 (3), 225-246.

San José, C. (2003). *Curhoteles*. (U. d. Sevilla, Ed.) Sevilla, España: Cajasur.

Secretaría Nacional de la Administración Pública. (11 de Noviembre de 2012). *Támites ciudadanos*. Recuperado el 29 de Julio de 2015, de <http://www.tramitesciudadanos.gob.ec/tramite.php?cd=2841>

Travis, H. A. (22 de Abril de 2015). *Thrivewire*. Recuperado el 7 de Junio de 2015, de <http://thrivewire.com/stories/could-you-take-four-seasons-digital-detox-challenge>

Via Yoga. (2002 - 2015). *Via Yoga*. Recuperado el 5 de Junio de 2015, de <http://www.viayoga.com/via-yoga/about.shtml>

Weil, M., & Rosen, L. (1997). *Technostress: Coping with technology @ work, @ home and @ play*. New York: John Wiley .

Yeung, O. (Mayo de 2010). *SRI International*. Recuperado el 20 de Junio de 2015, de http://www.sri.com/sites/default/files/publications/gss_sri_spasandwellnessreport_rev_82010.pdf

Yu, T. (2003). *Taichi Mente y Cuerpo*. (E. AKAL, Ed.) Madrid, España.

ANEXOS

ANEXO I

ANEXO A. REQUISITOS OBLIGATORIOS PARA LAS TIPOLOGÍAS QUE NO SE ENCUENTRAN DETERMINADAS COMO CATEGORÍA ÚNICA	
Nro.	CONDICIONES MÍNIMAS
1	Mantener las instalaciones de infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de funcionamiento.
2	Limpieza e higiene son condiciones básicas para todas las categorías.
REQUISITOS GENERALES	
3	Contar con sistema de iluminación de emergencia.
4	Identificar y señalizar las zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras, según las disposiciones de la Autoridad competente.
5	Exhibir en cada habitación y piso, un mapa de ubicación y de evacuación conforme las disposiciones de la Autoridad competente.
6	Contar con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con las horas de alto tránsito de huéspedes.
7	Contar, aplicar y procesar cuestionarios de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados y a las instalaciones del establecimiento.
8	En caso de contar con sistemas de ambientación musical, estos deberán estar colocados en y hacia el interior del establecimiento.
9	Equipar con contenedores de desechos, deberán estar ubicados en las áreas de uso común y áreas donde se identifique que se generan desechos.
10	Identificar y señalizar las áreas asignadas para fumadores, en caso de existir.
11	Identificar las áreas con facilidades para personas con discapacidad.
12	Colocar letreros que promuevan el uso eficiente del agua en cuartos de baño y aseo de habitaciones, cuartos de baño y aseo en áreas de uso común de los huéspedes, y cuartos de baño y aseo en áreas del personal.
13	Colocar letreros que promuevan el uso eficiente de energía eléctrica en habitaciones, en áreas de uso común de los huéspedes, y en áreas del personal.
14	Identificar y señalizar el número de piso.
15	Identificar y señalizar las habitaciones por piso.
16	Identificar y señalizar las áreas de huéspedes y ubicación de servicios complementarios.
17	Exhibir los horarios de ingreso (check in) y salida (check out) en recepción.
18	Contar con personal uniformado (con distintivo o atuendo).
19	Exhibir la licencia de funcionamiento vigente según el formato (a color) establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, en un lugar que sea visible para el huésped.
20	Exhibir el tarifario rack anual registrado ante la Autoridad Nacional de Turismo.
21	Exhibir en la recepción el número del servicio integrado de seguridad ECU 911.
22	Equipar al menos un área común con cámara de seguridad. El establecimiento deberá definir el área con mayor riesgo del mismo.
23	Contar con un sistema de auxilio, al menos en un área del establecimiento, conectado directamente con organismos de seguridad y respuesta inmediata. En caso de lugares donde no exista cobertura, se proveerá otro tipo de auxilio y/o apoyo inmediato.

ANEXO A. REQUISITOS OBLIGATORIOS PARA LAS TIPOLOGÍAS QUE NO SE ENCUENTRAN DETERMINADAS COMO CATEGORÍA ÚNICA		
CONDICIONES MÍNIMAS		
24	Los establecimientos de alojamiento turístico ubicados en la franja Marino Costera deberán contar con filtros de arena para aguas grises.	
25	Los establecimientos de alojamiento turístico deberán contar con trampas de grasa, ubicadas en áreas de preparación de alimentos.	
26	Los establecimientos de alojamiento turístico deberán contar con instalaciones eléctricas cuyo voltaje sea de 110V y 220V, debidamente señalizado.	
INFRAESTRUCTURA		
27	Acceso al establecimiento y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con discapacidad. En caso de establecimientos que no cuenten con estas facilidades, deberán contar con personal entrenado que permita dar el servicio. Los nuevos establecimientos se sujetarán a la normativa de accesibilidad universal vigente.	
28	Contar con iluminación natural y/o artificial en todas las áreas del establecimiento.	
29	Contar con ventilación natural y/o mecánica que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores, con especial énfasis en cuartos de baño y aseo, bodegas, y áreas de preparación de alimentos (siempre que el establecimiento brinde el servicio de alimentación).	
30	Contar con fuentes de suministro de agua permanente, con capacidad de abastecimiento para todas las áreas del establecimiento.	
31	Contar con materiales de construcción y/o revestimiento para evitar la acumulación de microorganismos en cuartos de baño y aseo, bodegas, áreas con uso de vapor/agua y áreas de preparación de alimentos (si tuviera estas últimas).	
32	Contar con elementos antideslizantes en pisos de cuartos de baño y aseo, accesos, escaleras, áreas de vapor/agua y áreas de preparación de alimentos (si tuvieran estas últimas).	
33	Destinar áreas para uso común y/o múltiple para huéspedes.	
34	En caso de contar con áreas para fumadores se deberá cumplir los requisitos establecidos en la normativa nacional vigente, referente a la regulación y control del tabaco.	
35	Contar con un área o espacio específico para la separación y almacenamiento de desechos sólidos.	
36	Contar con un área de almacenamiento de lencería en el establecimiento (ropa de cama, toallas, entre otros).	
37	Contar con bodegas y/o compartimentos específicos para almacenamiento de utilería, productos de limpieza y de servicio a dependencias del establecimiento, entre otros.	
38	Contar con bodegas, utilerías y/o compartimentos específicos para almacenamiento de herramientas e implementos para mantenimiento, separadas y sin contacto directo con materiales inflamables o alimentos.	
SERVICIOS		
39	Proveer de agua las veinticuatro horas.	
40	Servicio de custodia de equipaje.	
41	Servicio de internet en áreas de uso común. No aplica en localidades donde no existe el servicio.	
42	Botiquín con contenido básico según lo establecido en este Reglamento.	
43	Servicio de recepción, conserjería o guardianía las 24 horas.	
44	Proveer el servicio diario de limpieza.	
45	Contar con un plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias, según lo establecido por la Autoridad competente.	
ÁREAS DE CLIENTES		
CUARTOS DE BAÑO Y ASEO EN ÁREAS COMUNES		
46	Identificar y señalizar por género los cuartos de baño y aseo en áreas comunes.	
47	La dimensión de los cuartos de baño y aseo estará determinada por la capacidad del servicio a prestar.	
48	Equipamiento e insumos	Inodoro con asiento y tapa;
49		Lavamanos;
50		Espejo sobre el lavamanos;
51		Tomacorriente;
52		Basurero con funda y tapa;
53		Dispensador de jabón de pared o desechable;
54		Jabón líquido;
55		Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables;
56		Porta papel o dispensador de papel higiénico dentro o cerca al

ANEXO A. REQUISITOS OBLIGATORIOS PARA LAS TIPOLOGÍAS QUE NO SE ENCUENTRAN DETERMINADAS COMO CATEGORÍA ÚNICA		
Nro.	CONDICIONES MÍNIMAS	
		área de cuarto de baño y aseo;
57		Papel higiénico;
58		Dispensador de desinfectante de manos dentro o fuera del servicio higiénico;
59		Gel desinfectante de manos;
60		Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso;
61		Cartilla de control de limpieza.
HABITACIONES		
62	Los establecimientos de alojamiento deberán contar con un mínimo de 5 habitaciones.	
63	Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso.	
64	Las dimensiones de cama(s) se aplicarán según lo establecido en el presente Reglamento. En caso de sofá cama se aplicará la medida mínima para cama de una plaza.	
65	Equipamiento	Colchón;
66		Protector de colchón;
67		Sábanas;
68		Cobija(s);
69		Cubrecama, edredón o plumón duvet;
70		Almohada(s) por plaza;
71		Protector de almohada;
72		Al menos un velador o mesa de noche;
73		Basurero con tapa.
74	Cobija extra a petición del huésped.	
75	Al menos dos tomacorrientes para uso de huéspedes.	
76	Teléfono en todas las habitaciones o sistema de comunicación interna entre áreas de uso de huéspedes y áreas de servicio, cuando no se disponga de servicio telefónico.	
77	Informativo del establecimiento, que incluya políticas, datos sobre los servicios generales y adicionales, horarios de prestación de servicios, horarios de ingreso (check in) y salida (check out), teléfonos de apoyo y emergencias (ECU 911) en la habitación.	
78	Contar con agua para consumo en la habitación.	
CUARTO DE BAÑO Y ASEO PRIVADO Y/O COMPARTIDO (PARA LOS CASOS QUE APLIQUE)		
79	Equipamiento	Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso;
80		Tina y/o ducha con división de espacios entre esta y el área restante del baño;
81		Lavamanos;
82		Espejo sobre el lavamanos;
83		Barra de seguridad en tina y/o ducha y/o elemento antideslizante para el piso;
84		Tomacorriente (excepción para establecimientos según sus políticas);
85		Inodoro con asiento y tapa;
86		Basurero con tapa;
87		Toallero y/o gancho;
88		Jabón en lavamanos;
89		Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables;
90		Porta papel o dispensador de papel higiénico dentro o cerca al área de cuarto de baño y aseo;
91		

ANEXO II

ANEXO B. REQUISITOS DISTINTIVOS		
No.	REQUISITOS DISTINTIVOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO CATEGORIZADOS COMO 5, 4 Y 3 ESTRELLAS	PUNTAJE
SERVICIO		
1	Proveer del servicio o renta de equipos deportivos.	2
2	Contar con al menos dos facilidades para mascotas (áreas de descanso, áreas de paseo, entre otras).	3
3	Contar con torres de observación o miradores.	4
4	Contar con senderos o caminos para recorridos exteriores de personas con discapacidad, conforme lo establecido por la Autoridad competente.	5
5	Personal multilingüe.	5
6	Señalética en todo el establecimiento en idiomas: inglés y español.	3
CALIDAD		
7	Contar con sistemas de cortesías y atenciones a huéspedes destacados y/o frecuentes.	3
8	Demostrar la ejecución de auditorías internas de calidad al menos una vez al año.	5
9	Al menos el 15% de los productos para alimentación son orgánicos.	5
10	Contar con un manual de procedimientos.	5
11	Contar con ropa de cama hipoalergénica	4
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA		
12	Ofrecer al huésped actividades que involucren a la comunidad local.	4
13	Al menos el 15% de sus proveedores son microempresas o grupos comunitarios de su entorno local más cercano.	5
14	Contar y aplicar con una política de responsabilidad social corporativa.	4
AMBIENTAL		
15	Fomentar el uso de técnicas constructivas, materiales locales y diseños propios de la arquitectura vernácula de la zona que armonice con el entorno.	5
16	Contar con cocinas de inducción.	5
17	Contar con programas de manejo de desechos (elaboración de abono, reciclaje de plásticos, entre otros).	5
18	Contar con fuentes de energía alternativa (hidráulica, solar, eólica, entre otras).	5
19	Uso de productos biodegradables.	5
20	Demostrar la ejecución de auditorías internas de medio ambiente al menos una vez al año.	5
21	Contar y aplicar con una política de sostenibilidad.	4
22	Contar con un manual para la implementación de buenas prácticas ambientales.	4

NOTA: En el caso de considerar porcentajes, cuando éste resulte un número decimal, solo se considerará la parte entera del número. De igual manera, si se obtiene el número cero, se deberá contar con al menos uno del requisito solicitado.

ANEXO III

EDAD:	<input type="checkbox"/> 18 – 25	<input type="checkbox"/> 25 - 35	<input type="checkbox"/> 35 - 50	<input type="checkbox"/> 50 +
SEXO:	<input type="checkbox"/> FEMENINO	<input type="checkbox"/> MASCULINO		
OCUPACIÓN:	PROFESIONAL <input type="checkbox"/>	ESTUDIANTE <input type="checkbox"/>	JUBILADO <input type="checkbox"/>	OTROS <input type="checkbox"/>
1. Realiza usted turismo dentro del país ?	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO		
2. Qué tipo de destino prefiere ?	<input type="checkbox"/> Playa	<input type="checkbox"/> Sierra	<input type="checkbox"/> Amazonia	
3. Con qué frecuencia lo visita ?	<input type="checkbox"/> Al menos 1 vez a la semana			
	<input type="checkbox"/> 1 a 3 veces por mes			
	<input type="checkbox"/> Al menos 6 veces al año			
	<input type="checkbox"/> 1 vez al año			
4. Conoce Usted que es Turismo de Salud / Bienestar ?	<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No		
5. Ha realizado usted este tipo de Turismo ?	<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No		
6. Si lo ha realizado, fue de su agrado ?	<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No		
7. Donde se hospeda al realizar un viaje a la playa ?	<input type="checkbox"/> Hotel	<input type="checkbox"/> Casa propia / familiar	Otros	
8. Cuenta Usted con un smartphone, tablet o computador ?	<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No		
9. Cuantas horas por día usa de estos dispositivos?	<input type="checkbox"/> 0 – hasta 4			
	<input type="checkbox"/> mas de 4 hasta 8			
	<input type="checkbox"/> mas de 8 hasta 16			
	<input type="checkbox"/> mas de 16			
10. Considera Usted que el tiempo que usa tecnología durante el día es:	<input type="checkbox"/> Exagerado	<input type="checkbox"/> Aceptable	<input type="checkbox"/> Conveniente	<input type="checkbox"/> No significativo
11. Le gustaría un hospedaje en el cual usted podra desconectarse de sus dispositivos inteligentes y evitar la mala alimentacion, reemplazando todo esto en un hotel que ofrece servicios de terapias alternativas de relajación alimentación sana ?	<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No		
12. Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de hospedaje con servicio todo incluido?	<input type="checkbox"/> Menos de 30			
	<input type="checkbox"/> 30 – 50			
	<input type="checkbox"/> 50 – 70			
	<input type="checkbox"/> 70 – 100			
	<input type="checkbox"/> Más de 100			

ANEXO IV

Roles de pago

ROL DE PAGOS MENSUAL											
AÑO 1 (2017) Tomando un estimado del sueldo básico del 2017 utilizando la tasa de inflación a julio del 2015 de 4,36%											
CARGO	CANT.	SUELDO MENSUAL	SUELDO BÁSICO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	BONO ESCOLAR	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO UNITARIO MENSUAL
Gerente General	1	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00	\$ 2.000,00	\$ 385,54	\$ 1.000,00	\$ -	\$ 2.676,00	\$ 30.061,54	\$ 2.505,13	\$ 2.505,13
Coordinador de RRHH	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 385,54	\$ 300,00	\$ -	\$ 802,80	\$ 9.288,34	\$ 774,03	\$ 774,03
Contador	1	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 1.200,00	\$ 385,54	\$ 600,00	\$ -	\$ 1.605,60	\$ 18.191,14	\$ 1.515,93	\$ 1.515,93
Coordinador de ventas y marketing	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 385,54	\$ 350,00	\$ -	\$ 936,60	\$ 10.772,14	\$ 897,68	\$ 897,68
Jefe de frente desk	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 385,54	\$ 350,00	\$ -	\$ 936,60	\$ 10.772,14	\$ 897,68	\$ 897,68
Recepcionista	3	\$ 500,00	\$ 18.000,00	\$ 1.500,00	\$ 1.156,63	\$ 750,00	\$ -	\$ 2.007,00	\$ 23.413,63	\$ 1.951,14	\$ 650,38
Reservas	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 385,54	\$ 250,00	\$ -	\$ 669,00	\$ 7.804,54	\$ 650,38	\$ 650,38
Botones	2	\$ 386,00	\$ 9.264,00	\$ 772,00	\$ 771,08	\$ 386,00	\$ -	\$ 1.032,94	\$ 12.226,02	\$ 1.018,83	\$ 509,42
Jefe de Operaciones	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 385,54	\$ 350,00	\$ -	\$ 936,60	\$ 10.772,14	\$ 897,68	\$ 897,68
Encargado de SPA	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 385,54	\$ 300,00	\$ -	\$ 802,80	\$ 9.288,34	\$ 774,03	\$ 774,03
Especialista de SPA	4	\$ 450,00	\$ 21.600,00	\$ 1.800,00	\$ 1.542,17	\$ 900,00	\$ -	\$ 2.408,40	\$ 28.250,57	\$ 2.354,21	\$ 588,55
Entrenadores y animadores	4	\$ 450,00	\$ 21.600,00	\$ 1.800,00	\$ 1.542,17	\$ 900,00	\$ -	\$ 2.408,40	\$ 28.250,57	\$ 2.354,21	\$ 588,55
Chef Ejecutivo	1	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00	\$ 1.500,00	\$ 385,54	\$ 750,00	\$ -	\$ 2.007,00	\$ 22.642,54	\$ 1.886,88	\$ 1.886,88
Cocinero / Chef	1	\$ 650,00	\$ 7.800,00	\$ 650,00	\$ 385,54	\$ 325,00	\$ -	\$ 869,70	\$ 10.030,24	\$ 835,85	\$ 835,85
Asistente de Cocina	3	\$ 500,00	\$ 18.000,00	\$ 1.500,00	\$ 1.156,63	\$ 750,00	\$ -	\$ 2.007,00	\$ 23.413,63	\$ 1.951,14	\$ 650,38
Steward	2	\$ 386,00	\$ 9.264,00	\$ 772,00	\$ 771,08	\$ 386,00	\$ -	\$ 1.032,94	\$ 12.226,02	\$ 1.018,83	\$ 509,42
Bartender	2	\$ 500,00	\$ 12.000,00	\$ 1.000,00	\$ 771,08	\$ 500,00	\$ -	\$ 1.338,00	\$ 15.609,08	\$ 1.300,76	\$ 650,38
Capitán de Meseros	2	\$ 550,00	\$ 13.200,00	\$ 1.100,00	\$ 771,08	\$ 550,00	\$ -	\$ 1.471,80	\$ 17.092,88	\$ 1.424,41	\$ 712,20
Meseros	8	\$ 450,00	\$ 43.200,00	\$ 3.600,00	\$ 3.084,33	\$ 1.800,00	\$ -	\$ 4.816,80	\$ 56.501,13	\$ 4.708,43	\$ 588,55
Jefa de ama de llaves	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 385,54	\$ 300,00	\$ -	\$ 802,80	\$ 9.288,34	\$ 774,03	\$ 774,03
Camareras	5	\$ 386,00	\$ 23.160,00	\$ 1.930,00	\$ 1.927,71	\$ 965,00	\$ -	\$ 2.582,34	\$ 30.565,05	\$ 2.547,09	\$ 509,42
Encargado de áreas comunes	2	\$ 386,00	\$ 9.264,00	\$ 772,00	\$ 771,08	\$ 386,00	\$ -	\$ 1.032,94	\$ 12.226,02	\$ 1.018,83	\$ 509,42
Jardinero	1	\$ 386,00	\$ 4.632,00	\$ 386,00	\$ 385,54	\$ 193,00	\$ -	\$ 516,47	\$ 6.113,01	\$ 509,42	\$ 509,42
TOTAL	49	\$ 15.080,00	\$ 320.184,00	\$ 26.682,00	\$ 18.891,55	\$ 13.341,00	\$ -	\$ 35.700,52	\$ 414.799,06	\$ 34.566,59	\$ 19.385,38

VARIACIÓN 4,36%											
ROL DE PAGO ANUAL											
CARGO	CANT.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Gerente General	1	\$ 30.061,54	\$ 33.459,42	\$ 34.918,26	\$ 36.440,69	\$ 38.029,51	\$ 39.687,59	\$ 41.417,97	\$ 43.223,80	\$ 45.108,35	\$ 47.075,08
Coordinador de RRHH	1	\$ 9.288,34	\$ 10.319,47	\$ 10.769,40	\$ 11.238,95	\$ 11.728,97	\$ 12.240,35	\$ 12.774,03	\$ 13.330,98	\$ 13.912,21	\$ 14.518,78
Contador	1	\$ 18.191,14	\$ 20.236,60	\$ 21.118,91	\$ 22.039,70	\$ 23.000,63	\$ 24.003,45	\$ 25.050,00	\$ 26.142,18	\$ 27.281,98	\$ 28.471,48
Coordinador de ventas y marke	1	\$ 10.772,14	\$ 11.972,33	\$ 12.494,32	\$ 13.039,07	\$ 13.607,58	\$ 14.200,87	\$ 14.820,02	\$ 15.466,18	\$ 16.140,50	\$ 16.844,23
Jefe de frente desk	1	\$ 10.772,14	\$ 11.972,33	\$ 12.494,32	\$ 13.039,07	\$ 13.607,58	\$ 14.200,87	\$ 14.820,02	\$ 15.466,18	\$ 16.140,50	\$ 16.844,23
Recepcionista	3	\$ 23.413,63	\$ 25.999,86	\$ 27.133,45	\$ 28.316,47	\$ 29.551,07	\$ 30.839,50	\$ 32.184,10	\$ 33.587,33	\$ 35.051,73	\$ 36.579,99
Reservas	1	\$ 7.804,54	\$ 8.666,62	\$ 9.044,48	\$ 9.438,82	\$ 9.850,36	\$ 10.279,83	\$ 10.728,03	\$ 11.195,78	\$ 11.683,91	\$ 12.193,33
Botones	2	\$ 12.226,02	\$ 13.564,73	\$ 14.156,16	\$ 14.773,36	\$ 15.417,48	\$ 16.089,68	\$ 16.791,20	\$ 17.523,29	\$ 18.287,31	\$ 19.084,63
Jefe de Operaciones	1	\$ 10.772,14	\$ 11.972,33	\$ 12.494,32	\$ 13.039,07	\$ 13.607,58	\$ 14.200,87	\$ 14.820,02	\$ 15.466,18	\$ 16.140,50	\$ 16.844,23
Encargado de SPA	1	\$ 9.288,34	\$ 10.319,47	\$ 10.769,40	\$ 11.238,95	\$ 11.728,97	\$ 12.240,35	\$ 12.774,03	\$ 13.330,98	\$ 13.912,21	\$ 14.518,78
Especialista de SPA	4	\$ 28.250,57	\$ 31.360,77	\$ 32.728,10	\$ 34.155,05	\$ 35.644,21	\$ 37.198,29	\$ 38.820,14	\$ 40.512,70	\$ 42.279,05	\$ 44.122,42
Entrenadores y animadores	4	\$ 28.250,57	\$ 31.360,77	\$ 32.728,10	\$ 34.155,05	\$ 35.644,21	\$ 37.198,29	\$ 38.820,14	\$ 40.512,70	\$ 42.279,05	\$ 44.122,42
Chef Ejecutivo	1	\$ 22.642,54	\$ 25.195,16	\$ 26.293,67	\$ 27.440,07	\$ 28.636,46	\$ 29.885,01	\$ 31.187,99	\$ 32.547,79	\$ 33.966,87	\$ 35.447,83
Cocinero / Chef	1	\$ 10.030,24	\$ 11.145,90	\$ 11.631,86	\$ 12.139,01	\$ 12.668,27	\$ 13.220,61	\$ 13.797,03	\$ 14.398,58	\$ 15.026,36	\$ 15.681,50
Asistente de Cocina	3	\$ 23.413,63	\$ 25.999,86	\$ 27.133,45	\$ 28.316,47	\$ 29.551,07	\$ 30.839,50	\$ 32.184,10	\$ 33.587,33	\$ 35.051,73	\$ 36.579,99
Steward	2	\$ 12.226,02	\$ 13.564,73	\$ 14.156,16	\$ 14.773,36	\$ 15.417,48	\$ 16.089,68	\$ 16.791,20	\$ 17.523,29	\$ 18.287,31	\$ 19.084,63
Bartender	2	\$ 15.609,08	\$ 17.333,24	\$ 18.088,97	\$ 18.877,65	\$ 19.700,71	\$ 20.559,66	\$ 21.456,07	\$ 22.391,55	\$ 23.367,82	\$ 24.386,66
Capitán de Meseros	2	\$ 17.092,88	\$ 18.986,09	\$ 19.813,89	\$ 20.677,77	\$ 21.579,32	\$ 22.520,18	\$ 23.502,06	\$ 24.526,75	\$ 25.596,12	\$ 26.712,11
Meseros	8	\$ 56.501,13	\$ 62.721,54	\$ 65.456,20	\$ 68.310,09	\$ 71.288,41	\$ 74.396,59	\$ 77.640,28	\$ 81.025,40	\$ 84.558,10	\$ 88.244,84
Jefa de ama de llaves	1	\$ 9.288,34	\$ 10.319,47	\$ 10.769,40	\$ 11.238,95	\$ 11.728,97	\$ 12.240,35	\$ 12.774,03	\$ 13.330,98	\$ 13.912,21	\$ 14.518,78
Camareras	5	\$ 30.565,05	\$ 33.911,83	\$ 35.390,39	\$ 36.933,41	\$ 38.543,71	\$ 40.224,21	\$ 41.977,99	\$ 43.808,23	\$ 45.718,27	\$ 47.711,58
Encargado de áreas comunes	2	\$ 12.226,02	\$ 13.564,73	\$ 14.156,16	\$ 14.773,36	\$ 15.417,48	\$ 16.089,68	\$ 16.791,20	\$ 17.523,29	\$ 18.287,31	\$ 19.084,63
Jardinero	1	\$ 6.113,01	\$ 6.782,37	\$ 7.078,08	\$ 7.386,68	\$ 7.708,74	\$ 8.044,84	\$ 8.395,60	\$ 8.761,65	\$ 9.143,65	\$ 9.542,32
TOTAL	49	414.799,06	460.729,64	480.817,45	501.781,09	523.658,74	546.490,27	570.317,24	595.183,07	621.133,05	648.214,46

ANEXO V

Depreciaciones

DEPRECIACION				
TANGIBLES				
	AÑOS DE VIDA ÚTIL	VALOR DEL BIEN	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Edificios	20	\$ 999.060,00	\$ 44.957,70	3.746,48
Muebles y Enseres	10	\$ 95.997,00	\$ 8.639,73	719,98
Equipos de Cocina	10	\$ 5.600,00	\$ 504,00	42,00
Equipos de Bar	5	\$ 2.500,00	\$ 450,00	37,50
Equipos de Computación	3	\$ 7.200,00	\$ 2.160,00	180,00
Equipos de Oficina	10	\$ 240,00	\$ 21,60	1,80
Equipos de SPA	5	\$ 3.000,00	\$ 540,00	45,00
Equipos de Lavanderia	5	\$ 5.840,00	\$ 1.051,20	87,60
Equipos de Producción	5	\$ 29.950,00	\$ 5.391,00	449,25
			\$ 63.715,23	\$ 5.309,60
AMORTIZACIÓN				
	AÑOS DE VIDA ÚTIL	VALOR	AMORTIZACIÓN ANUAL	AMORTIZACIÓN MENSUAL
Gastos de Constitución	1	\$ 16.000,00	\$ 16.000,00	\$ 1.333,33