



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

CARRERA TURISMO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESORT EN LA COMUNIDAD EL CISNE, PARROQUIA EL ROSARIO, CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN TURISMO

AUTORA: PRISCILA CAROLINA GUSQUI CARRASCO

DIRECTORA: Ing. NANCY PATRICIA TIERRA TIERRA Mgs.

Riobamba – Ecuador

2022

© 2022, Priscila Carolina Gusqui Carrasco

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

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

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

Riobamba, 08 de julio de 2022

Priscila Carolina Gusqui Carrasco
060460300-1

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; Tipo: Proyecto Técnico, **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESORT EN LA COMUNIDAD EL CISNE, PARROQUIA EL ROSARIO, CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, realizado por la señorita: **PRISCILA CAROLINA GUSQUI CARRASCO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

| | FIRMA | FECHA |
|---|-------|------------|
| Ing. Silvia Patricia Montufar Guevara PRESIDENTE DEL TRIBUNAL | _____ | 2022-07-08 |
| Ing. Nancy Patricia Tierra Tierra MSc. DIRECTORA DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR | _____ | 2022-07-08 |
| Ing. Claudia Patricia Maldonado Erazo MSc. MIEMBRO DEL TRIBUNAL | _____ | 2022-07-08 |

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por darme la capacidad de realizarlo, a mi madre por cada sacrificio y palabra de aliento que me ha alentado a seguir, a mi padre por fortalecer mi carácter y darme las indicaciones acertadas para crecer en todo aspecto de mi vida como ser humano, a mi hermana por ser esa compañera, amiga incondicional y modelo a seguir, a mi tía Mary por ser mi segunda madre, sin ustedes no habría podido llegar hasta aquí, me siento totalmente comprometida a devolverles la alegría, libertad, paz y seguridad que en toda mi vida ustedes me han dado. Se lo dedico al resto de mi familia por sembrar en mí los valores y destrezas que han guiado mi camino, a mis profesores desde el inicio de mi formación académica por las enseñanzas y el conocimiento que me han proporcionado, a mis amigos y compañeros por ser muchas veces el sano escape de la rutina. Finalmente me dedico este trabajo a mí misma por aprovechar las cualidades adquiridas, por fortalecer la iniciativa propia y la visión de ser más y mejor cada día.

Priscila

AGRADECIMIENTO

Agradezco humildemente a Dios por permitirme alcanzar cada logro en mi vida diaria, a la Ing. Patricia Tierra y a la Ing. Patricia Maldonado por guiarme y evaluar cada fase de elaboración de este trabajo, por ser ejemplo de profesionales, maestras y mujeres empoderadas.

Agradezco a mis padres, hermana y familia en general por acompañarme, por su ayuda, sus sacrificios, los millones de lecciones y la predisposición de cuidarme y velar por mi bienestar.

Agradezco a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por brindar la oportunidad a la sociedad de introducirse en el conocimiento, de igual manera a la carrera de Turismo por cambiar por completo mi percepción sobre la vida, la cultura, la naturaleza y el bienestar social.

Infinitas gracias a todos y cada uno de mis profesores de la carrera de turismo de la ESPOCH, de manera especial al Dr. Patricio Noboa, al Ing. Carlos Cajas y al Dr. Marcelo Salas por ser también amigos que comparten lecciones de vida y que han influido de manera directa en nuestra formación tanto profesional como personal.

Gracias de corazón a mis amigas y amigos Karla, Elsa, Valeria, Boris, David, Joao y Alexander por construir un grupo donde reina la amistad, compañerismo, solidaridad y competencia sana que nos impulsaba siempre para ser los mejores.

Finalmente, gracias a las personas que hagan uso de este trabajo para seguir construyendo conocimiento.

Priscila

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|-------------------------|------|
| ÍNDICE DE TABLAS..... | ix |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | xii |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS..... | xiii |
| ÍNDICE DE ANEXOS..... | xiv |
| RESUMEN..... | xv |
| SUMMARY..... | xvi |
| INTRODUCCIÓN..... | 1 |

CAPÍTULO I

| | |
|--------------------------------------|---|
| 1.1. Antecedentes..... | 3 |
| 1.2. Planteamiento del problema..... | 4 |
| 1.3. Justificación..... | 4 |
| 1.4. Delimitación..... | 5 |
| 1.5. Objetivos..... | 8 |

CAPÍTULO II

| | |
|-----------------------------------|----|
| 2. REVISIÓN DE LA LITERATURA..... | 9 |
| 2.1. Alojamiento turístico..... | 9 |
| 2.2. Sistema turístico..... | 11 |
| 2.3. Estudio de factibilidad..... | 14 |
| 2.4. Estrategias de mercadeo..... | 21 |

CAPÍTULO III

| | |
|----------------------------|----|
| 3. MARCO METODOLÓGICO..... | 23 |
|----------------------------|----|

CAPÍTULO IV

| | |
|--|----|
| 4. RESULTADOS..... | 29 |
| 4.1. Estudio de mercado..... | 29 |
| 4.1.1. <i>Análisis de la demanda</i> | 29 |
| 4.1.2. <i>Análisis de la oferta</i> | 32 |

| | | |
|----------|--|----|
| 4.1.2.1. | <i>Análisis de la oferta actual</i> | 32 |
| 4.1.2.2. | <i>Análisis de la oferta complementaria</i> | 33 |
| 4.1.2.3. | <i>Análisis de la oferta sustitutiva</i> | 36 |
| 4.1.3. | Confrontación oferta-demanda | 39 |
| 4.1.3.1. | <i>Cálculo de la demanda futura</i> | 39 |
| 4.1.3.2. | <i>Cálculo de la demanda potencial</i> | 40 |
| 4.1.3.3. | <i>Cálculo de la demanda insatisfecha</i> | 41 |
| 4.1.3.4. | <i>Cálculo de la demanda objetivo de mercado</i> | 41 |
| 4.1.3.5. | <i>Consumo aparente por producto</i> | 42 |
| 4.2. | Diseño técnico del resort | 43 |
| 4.2.1. | Diseño arquitectónico | 43 |
| 4.2.3.1. | <i>Dimensiones de las edificaciones</i> | 44 |
| 4.2.3.2. | <i>Características de la construcción</i> | 44 |
| 4.2.3.3. | <i>Materiales de construcción</i> | 45 |
| 4.2.3.4. | <i>Usos</i> | 46 |
| 4.2.3.5. | <i>Presupuesto</i> | 47 |
| 4.2.4. | Diseño del servicio | 47 |
| 4.2.4.1. | <i>Alojamiento</i> | 47 |
| 4.2.4.2. | <i>Spa</i> | 53 |
| 4.2.4.3. | <i>Sala de recepciones</i> | 58 |
| 4.2.4.4. | <i>Alimentación</i> | 60 |
| 4.2.4.5. | <i>Entretenimiento y administración</i> | 65 |
| 4.2.4.6. | <i>Bodega</i> | 69 |
| 4.2.4.7. | <i>Piscina</i> | 71 |
| 4.2.5. | Diseño de actividades | 73 |
| 4.2.5.1. | <i>Lúdico – deportivas</i> | 74 |
| 4.2.5.2. | <i>Culturales</i> | 75 |
| 4.2.5.3. | <i>Físico – deportivas</i> | 76 |
| 4.2.5.4. | <i>Educativas</i> | 77 |
| 4.2.6. | Empaquetamiento de servicios | 78 |
| 4.3. | Estrategias de comunicación de mercado y comercialización | 83 |
| 4.3.3. | Estrategias dirigidas al cliente o consumidor | 84 |
| 4.3.4. | Estrategias de comunicación | 85 |
| 4.3.5. | Estrategias de conveniencia | 87 |
| 4.3.6. | Estrategias de costo | 88 |
| 4.4. | Estudio de viabilidad socioambiental | 89 |
| 4.5. | Estudio de la viabilidad legal – administrativa | 94 |

| | | |
|-----------------|--|-----|
| 4.5.3. | <i>Estudio legal</i> | 94 |
| 4.5.4. | <i>Estudio administrativo</i> | 96 |
| 4.5.4.1. | <i>Organigrama estructural</i> | 96 |
| 4.5.4.2. | <i>Organigrama funcional</i> | 97 |
| 4.5.4.3. | <i>Manual de funciones</i> | 98 |
| 4.5.4.4. | <i>Manual de procesos</i> | 109 |
| 4.6. | Estudio de la viabilidad económico – financiera | 115 |
| 4.6.3. | <i>Estudio económico</i> | 115 |
| 4.6.4. | <i>Estudio financiero</i> | 128 |
| | CONCLUSIONES | 130 |
| | RECOMENDACIONES | 132 |
| | BIBLIOGRAFÍA | |
| | ANEXOS | |

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|--------------------|---|----|
| Tabla 1-2: | Clasificación de establecimientos de alojamiento turístico | 9 |
| Tabla 2-3: | Matriz de resumen de establecimientos de servicio turístico..... | 24 |
| Tabla 3-3: | Matriz de caracterización de la oferta sustitutiva | 24 |
| Tabla 4-3: | Tabla de presupuesto de construcciones y edificaciones..... | 25 |
| Tabla 5-3: | Ficha de detalle de las construcciones..... | 25 |
| Tabla 6-3: | Matriz de criterios de evaluación de la metodología de Lázaro Lagos | 26 |
| Tabla 7-3: | Matriz de Lázaro Lagos | 27 |
| Tabla 8-4: | Perfil de la demanda | 30 |
| Tabla 9-4: | Características del terreno | 33 |
| Tabla 10-4: | Establecimientos de alojamiento turístico del cantón Guano | 34 |
| Tabla 11-4: | Establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Guano | 35 |
| Tabla 12-4: | Establecimientos de entretenimiento del cantón Guano | 36 |
| Tabla 13-4: | Análisis de la oferta sustitutiva | 37 |
| Tabla 14-4: | Cálculo de la demanda futura..... | 40 |
| Tabla 15-4: | Cálculo de la demanda potencial..... | 41 |
| Tabla 16-4: | Cálculo de la demanda insatisfecha | 41 |
| Tabla 17-4: | Cálculo de la demanda objetivo | 42 |
| Tabla 18-4: | Consumo aparente por producto | 42 |
| Tabla 19-4: | Consumo aparente por actividades de recreación..... | 43 |
| Tabla 20-4: | Consumo aparente por actividades de relajación | 43 |
| Tabla 21-4: | Presupuesto de construcciones y edificaciones | 47 |
| Tabla 22-4: | Diseño técnico del alojamiento | 47 |
| Tabla 23-4: | Diseño técnico de la cabaña familiar doble | 49 |
| Tabla 24-4: | Diseño técnico de la cabaña familiar triple | 50 |
| Tabla 25-4: | Diseño de la cabaña matrimonial | 51 |
| Tabla 26-4: | Requerimientos para el servicio de alojamiento | 52 |
| Tabla 27-4: | Diseño técnico del spa | 53 |
| Tabla 28-4: | Diseño técnico del área húmeda del spa..... | 54 |
| Tabla 29-4: | Diseño técnico del área de terapias del spa | 55 |
| Tabla 30-4: | Diseño técnico del área estética del spa | 56 |
| Tabla 31-4: | Requerimientos para el servicio de spa | 57 |
| Tabla 32-4: | Diseño técnico del salón de recepciones | 59 |
| Tabla 33-4: | Requerimientos para el servicio de organización de eventos | 60 |
| Tabla 34-4: | Diseño técnico del restaurante | 61 |

| | | |
|--------------------|---|-----|
| Tabla 35-4: | Diseño técnico del área de cocina | 61 |
| Tabla 36-4: | Diseño técnico del área de comedor..... | 63 |
| Tabla 37-4: | Requerimientos para el servicio de alimentación | 64 |
| Tabla 38-4: | Diseño técnico del auditorio y área administrativa..... | 65 |
| Tabla 39-4: | Diseño técnico del auditorio | 66 |
| Tabla 40-4: | Diseño técnico de oficinas administrativas | 67 |
| Tabla 41-4: | Requerimientos para el auditorio y oficinas administrativas | 68 |
| Tabla 42-4: | Diseño técnico de la bodega general y área del personal..... | 69 |
| Tabla 43-4: | Requerimientos para la bodega y el área del personal..... | 70 |
| Tabla 44-4: | Diseño técnico del área de piscina | 72 |
| Tabla 45-4: | Requerimientos para el área de piscina | 73 |
| Tabla 46-4: | Actividad lúdico – deportiva..... | 74 |
| Tabla 47-4: | Actividad cultural | 76 |
| Tabla 48-4: | Actividad físico – deportiva..... | 77 |
| Tabla 49-4: | Actividad educativa | 77 |
| Tabla 50-4: | Paquete halo solar | 78 |
| Tabla 51-4: | Costos del paquete halo solar..... | 79 |
| Tabla 52-4: | Paquete noctiluciente | 79 |
| Tabla 53-4: | Costos del paquete noctiluciente | 80 |
| Tabla 54-4: | Paquete arrebol | 80 |
| Tabla 55-4: | Costos del paquete arrebol | 81 |
| Tabla 56-4: | Paquete auroras | 81 |
| Tabla 57-4: | Costos del paquete auroras..... | 82 |
| Tabla 58-4: | Paquete arcoíris..... | 82 |
| Tabla 59-4: | Costo del paquete arcoíris | 83 |
| Tabla 60-4: | Canales de comercialización | 84 |
| Tabla 61-4: | Medios de difusión..... | 86 |
| Tabla 62-4: | Gastos de promoción y publicidad..... | 87 |
| Tabla 63-4: | Evaluación de impactos socioambientales | 89 |
| Tabla 64-4: | Cuantificación de impactos socioambientales | 91 |
| Tabla 65-4: | Plan de manejo ambiental | 92 |
| Tabla 66-4: | Análisis del marco legal..... | 94 |
| Tabla 67-4: | Funciones de los supervisores de áreas | 98 |
| Tabla 68-4: | Funciones del gerente general | 100 |
| Tabla 69-4: | Funciones del/la contadora/contador..... | 101 |
| Tabla 70-4: | Funciones del/la recepcionista | 102 |
| Tabla 71-4: | Funciones del/la camarera/o de piso | 103 |

| | | |
|--------------------|---|-----|
| Tabla 72-4: | Funciones del/la masajista | 104 |
| Tabla 73-4: | Funciones del/la estilista..... | 105 |
| Tabla 74-4: | Funciones del/la supervisora del área de alimentos y bebidas..... | 106 |
| Tabla 75-4: | Funciones del/la cocinera..... | 107 |
| Tabla 76-4: | Funciones del/la ayudante de cocina..... | 108 |
| Tabla 77-4: | Funciones del/la mesera/o..... | 109 |
| Tabla 78-4: | Inversión total | 116 |
| Tabla 79-4: | Fuentes de financiamiento | 117 |
| Tabla 80-4: | Cálculo de la deuda..... | 117 |
| Tabla 81-4: | Depreciación de activos fijos | 118 |
| Tabla 82-4: | Amortización de activos diferidos..... | 119 |
| Tabla 83-4: | Estructura de costos y gastos | 120 |
| Tabla 84-4: | Ingresos..... | 121 |
| Tabla 85-4: | Estado de resultados..... | 124 |
| Tabla 86-4: | Costos fijos y costos variables | 125 |
| Tabla 87-4: | Punto de equilibrio..... | 126 |
| Tabla 88-4: | Flujo de caja..... | 127 |
| Tabla 89-4: | Ratios financieros | 128 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | | |
|---------------------|---|----|
| Figura 1-1: | Mapa de ubicación geográfica del sitio de estudio | 6 |
| Figura 2-2: | Elementos del sistema turístico | 12 |
| Figura 3-4: | Plano general de distribución de construcciones en el establecimiento | 44 |
| Figura 4-4: | Propuesta referencial del diseño externo de las cabañas para alojamiento..... | 48 |
| Figura 5-4: | Diseño interior de la cabaña familiar doble | 49 |
| Figura 6-4: | Diseño interior de la cabaña familiar triple..... | 50 |
| Figura 7-4: | Diseño interior de la cabaña matrimonial | 51 |
| Figura 8-4: | Diseño de distribución de espacios para el spa | 53 |
| Figura 9-4: | Diseño interior del área húmeda..... | 54 |
| Figura 10-4: | Diseño interior del área de terapias | 55 |
| Figura 11-4: | Diseño interior del área estética..... | 56 |
| Figura 12-4: | Diseño interior del salón de recepciones | 59 |
| Figura 13-4: | Diseño de distribución de espacios del restaurante..... | 61 |
| Figura 14-4: | Diseño interior del área de cocina | 62 |
| Figura 15-4: | Diseño interior del comedor | 63 |
| Figura 16-4: | Diseño de distribución de espacios del área administrativa y auditorio | 65 |
| Figura 17-4: | Diseño interior del auditorio..... | 66 |
| Figura 18-4: | Diseño interior del área administrativa | 67 |
| Figura 19-4: | Diseño interior de la bodega general y área de personal..... | 70 |
| Figura 20-4: | Diseño del área de piscina | 72 |
| Figura 21-4: | Imagen oficial del establecimiento | 85 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | | |
|-----------------------|---|-----|
| Gráfico 1 – 4: | Organigrama estructural | 96 |
| Gráfico 2 – 4: | Organigrama funcional..... | 98 |
| Gráfico 3 – 4: | Flujograma del proceso de reservación | 110 |
| Gráfico 4 – 4: | Flujograma del proceso de ingreso y salida de clientes | 112 |
| Gráfico 5 – 4: | Flujograma del proceso de ingreso al spa..... | 113 |
| Gráfico 6 – 4: | Flujograma del proceso de atención en el restaurante | 114 |
| Gráfico 7 – 4: | Flujograma del proceso de desarrollo de actividades recreativas | 115 |

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: GUÍA DE ENTREVISTA PARA EL ANÁLISIS DE OFERTA SUSTITUTIVA

ANEXO B: FORMATO DE RESERVA DE SERVICIOS

ANEXO C: ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE SERVICIOS

ANEXO D: FICHA DEL PACIENTE

RESUMEN

El presente trabajo de titulación se desarrolló con el objetivo de determinar la factibilidad de la implementación de un resort en la comunidad El Cisne, parroquia El Rosario, cantón Guano, provincia de Chimborazo. La investigación se realizó con el método deductivo de fuentes primarias y secundarias, definiéndose seis componentes determinantes de la viabilidad en varias aristas, en primer lugar, el estudio de mercado se realizó en base a información histórica y enfocada a la nueva tendencia de demanda turística post pandemia, luego se diseñó el modelo de todas las instalaciones en fichas técnicas con sus respectivas características y funciones al igual que las actividades, después se establecieron estrategias de comercialización mediante las 4C del marketing, posteriormente se analizó la viabilidad socioambiental aplicando la metodología de Lázaro Lagos, después se determinó la viabilidad legal – administrativa mediante revisión y análisis de cuerpos legales, estructuración de organigramas, manuales de funciones y flujogramas de procesos, para la viabilidad económica – financiera se calculó los costos y gastos de proyecto y los ratios financieros. Como resultado se obtuvo que el resort contará con cinco cabañas, un spa, piscina con bar – cafetería, restaurante, salón de eventos, auditorio, oficinas y bodega general, ofertará 23 productos dirigido a 462 turistas nacionales que viajan en familia y se interesan en destinos rurales y naturales; la inversión total es de \$ 333.615,08, la relación beneficio-costo (RBC) de \$1.56, valor actual neto (VAN) de \$ 157.719,40 y tasa interna de retorno (TIR) del 16% recuperando la inversión en el año cinco de operación. Se concluyó que la implementación del proyecto es factible en el ámbito comercial, ambiental, legal, administrativo, económico y financiero, sin embargo, se recomendó realizar una inversión por fases debido a la dinámica del mercado actual por la pandemia de la COVID-19.

Palabras clave: <FACTIBILIDAD>, <RESORT>, <GUANO TURISMO>, <ALOJAMIENTO>, <ADMINISTRACIÓN>, <POST PANDEMIA>, <COVID 19>, <SERVICIOS TURÍSTICOS>.

1546-DBRA-UTP-2022

SUMMARY

This research was developed to determine the feasibility of implementing a resort in El Cisne community, El Rosario village, Guano canton, Chimborazo province. The research was carried out with the deductive method of primary and secondary sources, defining six determining components of the feasibility in several aspects. First, the market study was carried out based on historical information and focused on the new trend of tourism demand post pandemic, then the model of all facilities was designed in technical sheets with their characteristics and functions as well as activities, Afterwards, commercialization strategies were established through the 4C' of marketing, then the socio-environmental feasibility was analyzed applying Lazaro Lagos methodology. Afterwards, the legal-administrative feasibility was determined through review and analysis of legal texts, structuring of organization charts, function manuals and process flowcharts, for the economic-financial feasibility, project costs and expenses and financial ratios were calculated. As a result, the resort will have five cabins, a spa, swimming pool with bar – cafeteria, restaurant, event hall, auditorium, offices and general warehouse. It will offer 23 products aimed at 462 national tourists who travel with their families and are interested in rural and natural destinations; the total investment is \$ 333,615.08, benefit-cost ratio (BCR) of \$ 1,56, net present value (NPV) of \$ 157,719.40 and internal rate of return (IRR) of 16%, recovering the investment in year five of operation. It was concluded that the implementation of the project is feasible in commercial, environmental, legal administrative, economic and financial terms. However, it was recommended to make an investment in dynamic phases of the current market due to the COVID-19 pandemic.

Keywords: <FEASIBILITY>, <RESORT>, <GUANO TOURISM>, <LODGING>, <ADMINISTRATION>, <POST PANDEMIC>, <COVID 19>, <TOURIST SERVICES>.

Msc. Cristina Chamorro O.
DOCENTE INGLÉS TURISMO
060423717-2

INTRODUCCIÓN

La realidad del planeta desde inicios del año 2020 hasta la actualidad ha tenido efectos sin precedentes en elementos como el empleo, economía, negocios, salud, seguridad, desarrollo, cultura y ambiente. El turismo siendo una actividad económica que ha potenciado muchos países desarrollados y en vías de desarrollo a través del tiempo se ha visto inmerso en un enorme retroceso y sin un horizonte claro sobre su recuperación teniendo en cuenta que las medidas para contener el avance de la pandemia de la COVID-19 han implicado un cese casi total de las actividades turísticas (Lucero; Cunalata y Maldonado, 2020: p.12).

Solo en el Ecuador el promedio de pérdidas por turismo ascendió a \$ 32.716,35 siendo el servicio de alojamiento el más golpeado con \$ 68.005,59 de pérdidas para finales del 2020 (Erazo et.al., 2020). Ahora bien, es claro que la situación actual no es muy favorable para la actividad turística, pero es necesario mirar ambos lados de la moneda y reinventar el turismo al aprovechar las nuevas tendencias de mercado, los nuevos segmentos de demanda y la potencialidad de ciertos territorios para empezar a desarrollar un turismo más consciente, precavido y sostenible.

El presente trabajo de integración curricular detalla minuciosamente el procedimiento aplicado para analizar la factibilidad de la implementación de un establecimiento de alojamiento turístico denominado como resort ubicado en un entorno natural rural en el cantón Guano cuya misión es ser un establecimiento que proporcione una nueva manera de hacer turismo, ofreciéndole al cliente relajación, entretenimiento, diversión, esparcimiento, enfocados a la reinvención del turismo y el aprovechamiento de la potencialidad turística del territorio. El proceso que posteriormente se detalla consta de cuatro capítulos macro que abarcan datos encadenados unos a otros que conllevan a la realización exitosa del proyecto.

En primer lugar, está en capítulo I que corresponde al diagnóstico del problema en donde se detallan los antecedentes, el planteamiento del problema en función de la realidad del entorno de territorio, la justificación donde se explica el por qué la necesidad de implementar el presente proyecto, la delimitación donde se explica la ubicación exacta del terreno de estudio y el planteamiento de objetivos que determinan los resultados que se esperarán obtener.

Seguidamente en el capítulo II se aborda la revisión de la literatura donde se recogió la teoría necesaria sobre los conceptos más importantes de los elementos que componen la investigación. En el capítulo III se explica el marco metodológico que se ha empleado para conseguir cada uno de los objetivos planteados anteriormente con sus respectivos instrumentos.

En la parte final está el capítulo IV que muestra los resultados obtenidos de la investigación realizada, la primera fase comprende el estudio de mercado, seguidamente se realizó el diseño técnico del producto, después de procedió a establecer las estrategias de comercialización en el mercado, luego se analizó la viabilidad socioambiental de la implementación del proyecto, seguidamente para el estudio legal se analizaron los cuerpos legales más importantes de la legislación ecuatoriana que rige la actividad turística, posteriormente se realizó el estudio administrativo donde se definió los perfiles profesionales del talento humano, manuales de funciones y flujogramas de procesos y como último punto se realizó el estudio económico financiero donde se definió la factibilidad positiva de la implementación del proyecto.

Finalmente se ubicaron las conclusiones alcanzadas en función de los resultados y recomendaciones a la aplicación del proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes

Las industrias actuales de hospedaje son el resultado de la evolución social y cultural a través del tiempo. El hospedaje cómodo, higiénico se consideró alguna vez el privilegio exclusivo de los ricos, pero se hizo accesible al ciudadano común. El progreso en la transportación permitió a más gente viajar distancias más largas a un costo más bajo, y el turismo se desarrolló a nivel mundial. Actualmente, la industria del hospedaje es compleja y diversa; desde las posadas de los tiempos bíblicos hasta los complejos resorts modernos, la evolución del establecimiento para hospedaje ha influido en, y a su vez ha sido influida por, los cambios sociales, culturales, económicos, ambientales y políticos de la sociedad (Mamani, 2016: p.8).

Al analizar la situación de dichas industrias en el Ecuador, se encuentra que el potencial turístico del país se cimienta en términos de su alta biodiversidad natural y cultural, la fortaleza del sector radica en los cortos desplazamientos que permite al turista recorrer en cortos periodos de tiempo varios de los recursos naturales y culturales que posee el país. Todas estas actividades son fortalezas del Ecuador, por lo tanto, las estrategias y proyectos de innovación para hacer turismo en el país están direccionadas a satisfacer estas necesidades (Instituto Geográfico Militar del Ecuador, 2020: p.19).

En el territorio ecuatoriano, dentro de la provincia de Chimborazo se encuentra el cantón Guano que posee una superficie de 473 km², se lo conoce como la capital artesanal del Ecuador debido a sus diferentes artesanías como son la elaboración de alfombras y artículos de cuero, su gastronomía típica, sus atractivos naturales y culturales (Pérez, 2018: p.2).

Desde hace casi 50 años Guano se convirtió de forma silenciosa y lenta en destino turístico con relativa importancia para la provincia de Chimborazo (Machado, 2013), sin embargo a pesar de la inmensa apertura para optar por el desarrollo turístico en el cantón, la presencia de establecimientos turísticos de renombre es muy escasa, las personas que visitan el sitio solo lo hacen por un par de horas y consumen cierta cantidad de productos y servicios turísticos que no compensa el potencial que tiene el territorio, de ahí la necesidad de apostar en la creación de centros turísticos que ayuden a atender las necesidades de los turistas y hacer que su estancia en el cantón sea más largo.

Adicionalmente, en el contexto actual de la pandemia que vive el mundo y de acuerdo con las estadísticas, esta situación ha desembocado en un proceso de reinvención y transformación de la industria turística en sus dos lados, oferta y demanda. Así la post pandemia define un nuevo perfil del consumidor: el de un viajero consciente que quiere ver y experimentar el mundo de una manera diferente, única y responsable.

Según la Asociación francesa de agencias de viaje citada en Ministerio de Producción, Comercio Exterior Inversiones y Pesca, 2021 la planificación de viajes y vacaciones tomará más tiempo, elementos a considerar y menos riesgos que enfrentar, los turistas se tomarán más tiempo y serán más responsables a la hora de tomar sus decisiones de viaje. Salud y bienestar serán los principios que rijan sus decisiones, destinos, y composición de grupos o formatos de viaje (Ministerio de Producción, Comercio Exterior Inversiones y Pesca, 2021: p. 1-3).

1.2. Planteamiento del problema

A pesar del inmenso potencial turístico que contiene el cantón, muchas veces este es opacado por varias problemáticas existentes como la deficiencia en la infraestructura del cantón, atractivos turísticos naturales y culturales poco conocidos y aprovechados y el principal problema que es la escasa existencia de establecimientos de alojamiento en el cantón.

Según el portal web de pueblos mágicos del MINTUR (Ministerio de Turismo del Ecuador), 2021, el cantón Guano posee características territoriales, ambientales, sociales y culturales para realizar actividades como: fotografía, caminata, aviturismo, observación de fauna, escalada, senderismo, camping, ciclismo, andinismo, turismo comunitario, religioso, cultural, gastronómico, vivencial, ecoturismo y mucho más, pero no cuenta con planta turística adecuada para propiciar la realización de dichas actividades, la planta turística del cantón es por mucho insuficiente para el desarrollo de todo tipo de turismo (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2021).

De acuerdo al catastro turístico del MINTUR, 2021, el cantón registra solo nueve establecimientos de alojamiento hasta el 2021, de estos, muy pocos se ubican en zonas rurales del territorio sino que están aglomerados en la zona central urbana del mismo y acompañado de la poca diversificación de oferta turística, las personas no hacen uso de dichos establecimientos con mucha frecuencia, por tanto, el cantón ha llegado a ser un destino de paso más no de estancia según manifiestan varios habitantes (GADM Guano, 2019; Ministerio de Turismo del Ecuador, 2021).

1.3. Justificación

De acuerdo al ICVT (Índice de competitividad de viajes y turismo), 2019, el Ecuador ocupó el puesto 70 de con un valor de 3,90 en el ICVT, descendiendo 13 puestos en el ranking, en cuanto a la infraestructura el indicador resulto en un 4,0. La infraestructura y planta turística permite el desarrollo turístico, es por ello que deben existir planes estratégicos y gestiones para que cada destino disponga de dichos componentes de modo que el turista disfrute y se sienta cómodo de acuerdo a las instalaciones o servicios que este requiera (Covarrubias, 2014: p.16).

Bajo esa condición, el PLANDETUR (Plan de Turismo) 2030, plantea un enfoque estratégico que busca fortalecer las falencias del sector, en base a cinco ejes de acción; destinos y calidad, conectividad, seguridad turística, promoción y mercadeo y finalmente fomento a la inversión, los cuales buscan posicionar al Ecuador como un destino de competitividad y sostenibilidad generando mayor estancia y gasto de los turistas en el país (PLANDETUR, 2030: p.56-59).

Por otro lado, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Guano se encuentra inmerso en un proceso para impulsar el turismo, respondiendo a los nuevos retos del escenario turístico global como la aparición de nuevos modelos de negocio basados en el desarrollo tecnológico y conceptos de gestión adaptados a los cambios en los patrones de comportamiento de la demanda turística (GADM Guano, 2019).

El presente trabajo pretende incorporar un nuevo establecimiento de alojamiento turístico al catastro del cantón haciendo crecer la planta turística específicamente en la zona rural del mismo, adicionalmente, la tipología del establecimiento propuesto contempla la oferta de actividades de recreación, diversión, deportivas y/o de descanso, en el que se privilegia el entorno natural; proponiéndose satisfacer el nuevo perfil de una demanda que buscará ofertas impregnadas de sensaciones de libertad, cambio de “aires” y ambiente, tiempo de calidad con amigos y la familia (Ministerio de Producción, Comercio Exterior Inversiones y Pesca, 2021: p.1-3).

1.4. Delimitación

1.4.1. Localización

Ecuador está ubicado al noroeste de América del Sur, posee una superficie terrestre de 257.217,07 km² y marítima de 1.358.440 km², limita al Norte con Colombia, al oeste con el Océano Pacífico y al Este y Sur con Perú. Las islas Galápagos ubicadas a 1.000 km del continente en el Océano Pacífico son parte constitutiva del país y le dan identidad muy particular (Instituto Geográfico Militar, 2020: p.50-55).

El Ecuador se compone de cuatro regiones, tres continentales: costa, sierra y oriente y una insular; dentro de la sierra se encuentra la provincia de Chimborazo que a su vez se compone de 10 cantones entre ellos Guano; ubicado en el centro de los Andes, en las faldas del nevado Chimborazo, rodeado por volcanes y montañas que son una verdadera joya paisajística del Ecuador. Cuenta con una superficie de 473 km², sus altitudes entre 2.000 a 6.310 msnm., debido a su clima que varía de los 16 a 18 °C. de templado a frío.

En el cantón Guano se encuentra la parroquia El Rosario compuesto por una zona urbana en la cabecera cantonal y una rural que abarca toda la vía Panamericana que conecta el cantón Guano con Riobamba; en el km 3 ½ se encuentra la comunidad El Cisne, un pequeño poblado rural que contiene múltiples áreas naturales extensas con vistas panorámicas a los nevados y volcanes más importantes del centro del país.

1.4.2. Ubicación geográfica

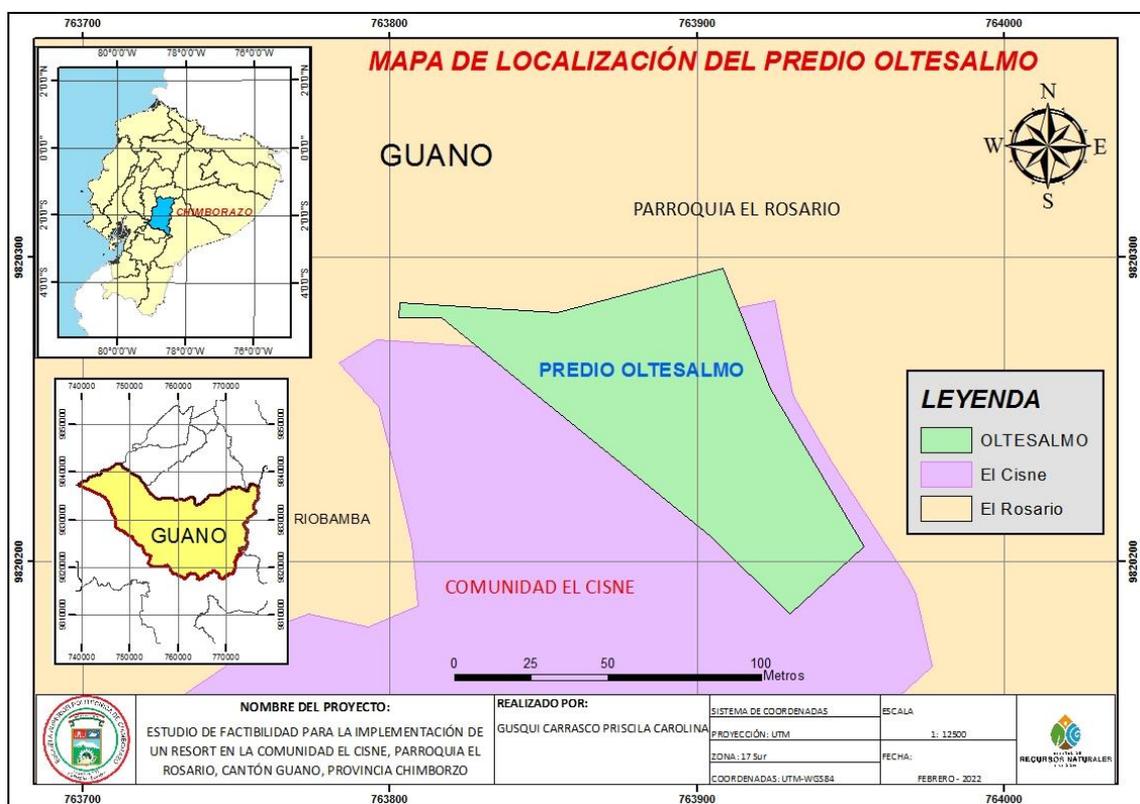


Figura 1-1. Mapa de ubicación geográfica del sitio de estudio

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

El sitio de estudio se encuentra en las siguientes coordenadas:

- **Sistema de coordenadas:** UTM WGS 84

- **Zona:** 17 S
- **Eje X (este):** 763877,94 m
- **Eje Y (sur):** 9820232,53 m

1.4.3. Límites

El lote de terreno denominado “Oltosalmo”, de propiedad del señor Pedro Gusqui y la señora Gladys Carrasco, en donde se pretende implementar el presente proyecto, tiene los siguientes límites:

- **Norte:** propiedad de Luis Gerardo Satán, en 112 m
- **Sur:** propiedad de Guadalupe Rosero, en 33 m
- **Este:** propiedad de Segundo Gusqui, en 102 m
- **Oeste:** camino chaquiñán, en 164 m y camino público, en 6 m

1.4.4. Características de la zona

1.4.4.1. Clima

La comunidad El Cisne contiene un ecosistema de Bosque Seco Montano Bajo, según la clasificación realizada por Holdridge, pues se encuentra entre los 2.400 a 3.000 msnm., con precipitaciones anuales menores a 500 mm y una temperatura promedio de 13,7 °C (GADM Guano, 2019: p.25-35).

1.4.4.2. Paisajes

En las características del paisaje destacan la presencia de relieves medios a altos, un poco a moderadamente, con cimas agudas y/o redondeadas, vertientes rectilíneas y/o convexas y pendientes que varían de suaves a escarpadas (GADM Guano, 2019: p.40-45).

1.4.4.3. Vertientes de agua

La comunidad no cuenta con ninguna formación fluvial a más de un reservorio de agua de riego que se encuentra a 50 m de la iglesia de la comunidad, este reservorio abastece de agua de riego para todos los terrenos de la comunidad mediante las acequias que han construido por parte de los mismos usuarios. Hay varias juntas de agua que se dividen en función a las válvulas de agua que les corresponda según su ubicación.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad para la implementación de un resort en la comunidad El Cisne, parroquia El Rosario, cantón Guano, provincia de Chimborazo

1.5.2. Objetivos Específicos

- Elaborar el estudio de mercado para la implementación de un resort en la comunidad El Cisne, parroquia El Rosario, cantón Guano, provincia de Chimborazo.
- Determinar la viabilidad técnica para la implementación de un resort en la comunidad El Cisne, parroquia El Rosario, cantón Guano, provincia de Chimborazo.
- Establecer estrategias de comunicación de mercadeo y comercialización para el posicionamiento del resort en el mercado nacional.
- Determinar la viabilidad socio ambiental para la implementación de un resort en la comunidad El Cisne, parroquia El Rosario, cantón Guano, provincia de Chimborazo.
- Establecer la viabilidad legal - administrativa para la implementación de un resort en la comunidad El Cisne, parroquia El Rosario, cantón Guano, provincia de Chimborazo.
- Determinar la viabilidad económico - financiera para la implementación de un resort en la comunidad El Cisne, parroquia El Rosario, cantón Guano, provincia de Chimborazo.

CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Alojamiento turístico

El alojamiento es una actividad turística que comprende la prestación del servicio de hospedaje no permanente a huéspedes de diferentes sitios de origen y por distintos motivos, este puede incluir otros servicios complementarios que contribuyan a la satisfacción del cliente (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2016: p.8-10).

2.1.1. Clasificación de establecimientos de alojamiento turístico

La legislación ecuatoriana establece el Reglamento de alojamiento turístico como el cuerpo legal que rige la actividad, por tal motivo el documento plantea una serie de lineamientos que los establecimientos deben cumplir para operar; los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican de la siguiente manera:

Tabla 1-2: Clasificación de establecimientos de alojamiento turístico

| Clasificación | Nomenclatura | Descripción |
|--------------------|--------------|--|
| Hotel | H | Cuenta con un mínimo de cinco habitaciones en una construcción tipo edificio, un área definida para alimentos y bebidas y se ubica en zonas urbanas. |
| Hostal | HS | Cuenta con un mínimo de cinco habitaciones privadas o compartidas con cuarto de baño igual, puede prestar servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de otorgar otros complementarios. |
| Hostería | HT | Cuenta con un mínimo de cinco habitaciones privadas o en cabañas con baño privado, presta el servicio de alimentos y bebidas sin la necesidad de brindar otras complementarias, además cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y estacionamiento. |
| Hacienda turística | HA | Cuenta con habitaciones privadas con baño privado o compartido, se localiza en sitios naturales, la construcción debe tener características patrimoniales culturales y debe prestar servicios de alimentación, siembra, cabalgata entre otro. |
| Lodge | L | Ofrece habitaciones privadas o cabañas con baño privado o compartido, se ubica en entornos naturales, ofrece actividades |

| Clasificación | Nomenclatura | Descripción |
|----------------------|--------------|---|
| | | de naturaleza, presta el servicio de alimentos y bebidas y no necesita ofrecer otros complementarios. |
| Resort | RS | Cuenta con instalaciones para el servicio de hospedaje y otras actividades de recreación, diversión, deporte, descanso y servicios de alimentación, debe ubicarse en entornos naturales y ocupar la totalidad de un inmueble. |
| Refugio | RF | Se ubica generalmente en áreas naturales protegidas, cuenta con servicios de alojamiento y alimentación, su objetivo principal es de servir de protección a personas que realizan turismo activo. |
| Campamento turístico | CT | Cuenta con espacio e instalaciones para pernoctar en tiendas de campaña, cuenta con cuartos de baño compartido, terreno delimitado y óptimo para la actividad y dispone de facilidades para realizar comida descanso. |
| Casa de huéspedes | CH | Se ubica en la vivienda propia del prestador de servicio, tiene baño privado, cuenta con mínimo dos y máximo cuatro habitaciones y presta el servicio de alimentación. |

Fuente: Reglamento de Alojamiento Turístico del Ecuador, 2016

Realizado por: Gusqui, P. 2022.

2.1.1.1. Resort

El resort es uno de los nueve establecimientos turísticos reconocidos y categorizados por el Reglamento de Alojamiento Turístico del Ecuador, cuyo cuerpo legal busca direccionar y estandarizar los servicios de los establecimientos de alojamiento turístico con el fin de garantizar la calidad en sus acciones y posicionar los mismos ante la demanda turística del país.

Dentro de la clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico, se define al resort como:

Un complejo turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, que tiene como propósito principal ofrecer actividades de recreación, diversión, deportivas y/o de descanso, en el que se privilegia el entorno natural; posee diversas instalaciones, equipamiento y variedad de servicios complementarios, ocupando la totalidad de un inmueble. Presta el servicio de alimentos y bebidas en diferentes espacios adecuados para el efecto. Puede estar ubicado en áreas vacacionales o espacios naturales como montañas, playas, bosques, lagunas, entre otros. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones (Reglamento de alojamiento turístico, 2015: p.9).

2.2. Sistema turístico

Según Cathalifaud (1998), un sistema comprende una metodología de construcción de procedimientos y técnicas para el uso de lenguajes formalizados para tratar aspectos sociales, económicos, psicológicos, culturales y naturales. Los sistemas manejan una lógica ordenada para dicho fin que parte de la observación, identificación de componentes, identificación de estructuras de retroalimentación, construcción de modelos sobre los atributos y sus relaciones.

En el ámbito turístico se ha construido un modelo que responde a la lógica planteada anteriormente, el sistema turístico parte del análisis del entorno de los viajes y las reacciones sociales en su conjunto, la identificación de los componentes que intervienen en esa dinámica y las estructuras que se van construyendo a partir de las mismas para así generar un sistema completo que contiene todos los elementos relacionados entre sí.

Para Boullón (2006), no hay una única versión del sistema turístico que pueda explicar sus dimensiones, sino que se encuentran en varias facetas que dan resultado a varios modelos analíticos como el de oferta – demanda que analiza intereses comerciales; el antropológico social que analiza la conducta de las personas a partir de las manifestaciones del ocio y el tiempo libre y el de turismo industrial que se ocupa de la producción, venta y el lucro.

2.2.1. Elementos del sistema turístico

De acuerdo con Sancho (1998) citado en Abarca (2017: p.4-5), el sistema turístico es el resultado de complejas interrelaciones entre varios factores que actúan desde un enfoque sistemático, dichos factores son la demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores de mercado.

El sistema turístico encadena varios elementos fundamentales para el desarrollo del turismo, elementos cuya acción y relación hacen posible la generación de cadenas de valor que influyen directa o indirectamente a la actividad turística, por tanto, varios autores proponen algunos modelos que ayudan a visualizar dichas relaciones.

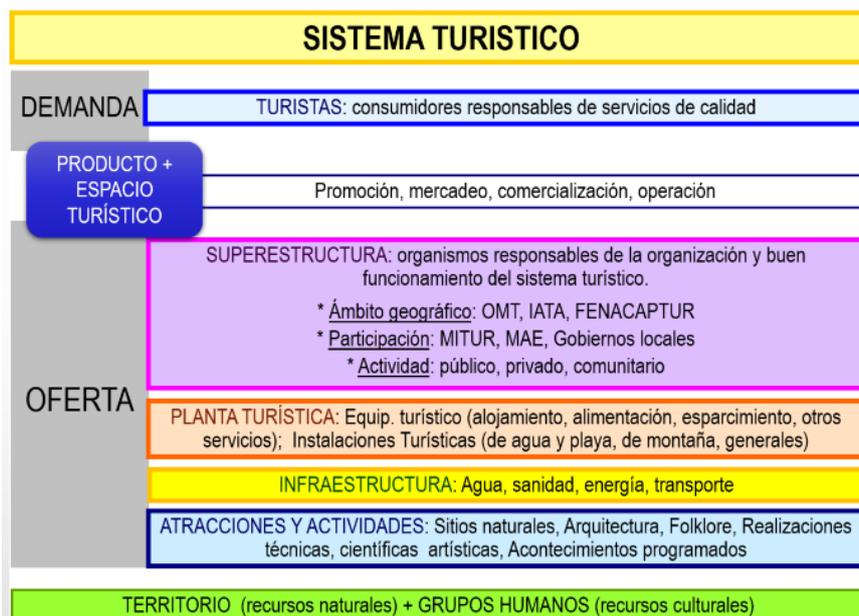


Figura 2-2. Elementos del sistema turístico

Fuente: Noboa, 2019

2.2.1.1. Oferta

De la Torre (1980) citado en Varisco (2013: p.67) menciona que la oferta turística es el conjunto de bienes y servicios clasificada como primordial y complementaria, la primera comprende los recursos turísticos y la segunda comprende las empresas del equipamiento turístico; apoyando esta perspectiva, Reggiani (2020: p.18) considera que la oferta es el conjunto de elementos que conforman atraen al turista hacia el destino y logran satisfacer sus necesidades y expectativas.

- **Territorio**

Ramírez (1996) citado en Tierra (2020: p.4) define el territorio como la base o soporte natural sobre la cual se desarrollan actividades de convivencia de las sociedades, cuyas relaciones proporcionan sustento económicos, sociales, organizativos y de desarrollo para todos los componentes y características de estos. En el turismo, el territorio comprende el espacio geográfico donde se emplazan recursos naturales, culturales y sociales para el desarrollo de actividades de recreación, ocio y disfrute.

- **Recursos y Atractivos**

El Manual de Atractivos Turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador (2018) define el recurso turístico como un elemento natural o cultural que puede motivar el desplazamiento, pero que aún no se encuentra incorporado en la dinámica turística ni cuenta con infraestructura de apoyo.

Por otro lado, el atractivo turístico es el resultado de un registro valorado que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico. Es un elemento base para la gestión, planificación, ejecución y evaluación turística del territorio.

En definitiva, los recursos y atracciones turísticas son aquellos elementos que motivan el desplazamiento y visita de los turistas hacia los diferentes destinos, estos pueden ser de denominación natural o cultural, tangibles o intangibles, pero es importante diferenciar entre un recurso como tal y un atractivo (Reggiani, 2020: p.19).

- **Infraestructura**

Según el diccionario de la Real Academia Española, la infraestructura en el conjunto de elementos, dotaciones o servicios necesarios para el buen funcionamiento de un territorio. Así mismo, Reggiani (2020: p.19) argumenta que estos servicios buscan en primer lugar la satisfacción de la población local ya que son la base para el desarrollo de los productos y servicios turísticos.

En si la infraestructura comprende las obras y servicios básicos para el desarrollo de actividades económicas, entre ellos agua potable, saneamiento ambiental, energía eléctrica, comunicaciones, viabilidad, seguridad ciudadana y más específicamente para el turismo la infraestructura marítima, terrestre y aérea (Noboa, 2020: p.5).

- **Planta turística**

Noboa (2020: p.5) asegura que la planta turística es la estructura productiva del turismo ya que por medio de sus servicios se hace posible el desplazamiento, permanencia y aprovechamiento de los destinos turísticos. Afirmando esta posición, Reggiani (2020: p.19) comenta que la planta turística la componen todas las empresas que facilitan la permanencia del turista en el sitio, proporcionando servicios de alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento y muchos más.

- **Superestructura**

Este nivel está confirmado por todas las organizaciones públicas o privadas que representan a los actores del turismo, establecen políticas, desarrollan planes, proyectos y fomentan la inversión para el sector.

El sector público abarca los principales organismos gubernamentales de distintas jurisdicciones, parroquiales, cantonales, provinciales y regionales, además de aquellas instituciones vinculadas de manera indirecta como ministerios y secretarías responsables de manejar los sectores de la economía.

El sector privado corresponde a las instituciones que representan a los empresarios vinculados a la actividad turística de igual modo pueden tener influencia directa o indirecta como cámaras, asociaciones, gremios etc. (Varisco, 2013: p. 68).

Varisco (2013: p.69), menciona que como tercer sector se toma en cuenta a la sociedad civil, instituciones educativas, de investigación y desarrollo tecnológico, mas, sin embargo, para que la superestructura turística cumpla sus funciones es necesaria la existencia de mecanismos de articulación entre los distintos sectores mencionados, haciendo posible que se minimicen los efectos negativos.

2.2.1.2. Demanda

Mathieson (1990) citado en Varisco (2013: p.67) menciona que la demanda turística es el número de personas que viajan o desean viajar para utilizar las instalaciones y servicios turísticos en el lugar de destino. El estudio de este componente contempla los objetivos de cuantificar y cualificar la demanda.

En términos cuantitativos se trata de medir el volumen de corriente turística que se expresa como visitantes o turistas que arriban a un destino, cantidad de pernóctes, tiempo de estancia o gasto, mientras que en términos cualitativos se trata de determinar el perfil del turista a través de herramientas que ayuden a recolectar información sobre diversas variables cualitativas como pueden ser las encuestas o en un nivel más profundo de análisis se puede determinar mediante información histórica y actual que también desemboca en analizar los cambios que esta puede sufrir (Varisco, 2013).

2.3. Estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad es un análisis multidisciplinar que realiza una empresa conformada de manera grupal o individual para determinar si un proyecto resultará positivo o negativo para su implementación, este análisis identifica las condiciones que dicho negocio debe desarrollar para ser exitoso y además la contribución de este con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y culturales (Luna y Chaves, 2001: p.1).

Este estudio se utiliza para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo del proyecto planteado y con ellos tomar la mejor decisión, esto debido a que iniciar un proyecto implica invertir recursos como dinero, tiempo, materia prima, equipos y la decisión que se tome necesita fundamentarse en evidencias y cálculos correctos sobre dichos recursos para tener seguridad de que el proyecto generará ganancias (Duvergel y Argota, 2017: p.50).

Entre los principales objetivos del estudio de factibilidad están: saber si podemos producir y vender un producto o servicios, definir si habrá ganancia o pérdida, en qué medida se contribuirá a la conservación ambiental, elaborar un plan de producción y comercialización, aprovechar al máximo recursos propios, identificar puntos fuertes y débiles de la empresa y las amenazas del entorno (Luna y Chaves, 2001: p. 2). Para dicha tarea, el estudio de factibilidad cuenta con ciertos componentes que a continuación de desarrollan:

2.3.1. Estudio de mercado

El objetivo del estudio de mercado es determinar cuál es la demanda del servicio o producto que se pretender ser atendida con la implementación del proyecto propuesto, de este modo se dice que este estudio es la primera parte de la investigación formal del estudio, por tanto, es un factor crítico para determinar la cuantía de demanda, ingresos, costos, gastos e inversiones implícitas que intervendrán en la puesta en marcha del proyecto (Echeverría, 2017: p.180) (Núñez, 1997: p.62).

A continuación, se menciona los componentes estructurales del estudio de mercado:

- **Producto:** la idea del bien o servicio a ofrecer
- **Análisis de la demanda:** segmentación del mercado objetivo, determinar la demanda actual, futura, insatisfecha y objetiva.
- **Análisis de la oferta:** identificación de la oferta actual y la futura mediante un mapeo de la competencia dentro del área de influencia del sitio de estudio.
- **Comercialización:** determinar estrategias de venta del producto.

2.3.1.1. Análisis de la demanda

El propósito de esta fase del proyecto es saber la cantidad de consumo del producto que se pretende poner en el mercado, por parte de los consumidores identificados en el área de influencia determinada para el proyecto; este consumo será definido mediante información de otros productos similares, lo mismo que ayudará a proyectar la demanda futura para el proyecto (Núñez, 1997: p.67).

- **Perfil de la demanda**

El perfil de la demanda se define en función del análisis de resultados de la aplicación de herramientas y técnicas de recolección de la información como pueden ser entrevistas, encuestas, recolección de información histórica entre otras. A partir de dicha información se identifican ciertas características esenciales sobre los potenciales consumidores que ayudarán a otorgarle al producto de atribuciones que ayuden a satisfacer los deseos de la demanda (Echeverría, 2017: p.180-190) (Núñez, 1997: p.62-70).

- **Demanda potencial**

La demanda potencial es una proyección hipotética del volumen máximo que puede alcanzar el producto en condiciones y tiempo determinado, la misma se calcula mediante la siguiente fórmula, $DP = U * \%AM$, donde:

DP = Demanda potencial

U = Universo de estudio

%AM = porcentaje de aceptación del mercado

- **Demanda insatisfecha**

La demanda insatisfecha es el conjunto de personas que no ha sido cubierto por el mercado, es decir que la demanda es mayor que la oferta, dicha situación se puede dar por desconformidades en precios, disponibilidad insuficiente de espacio instalado u otros, este valor se calcula mediante la fórmula, $DI = DP - C$, donde:

DI = Demanda insatisfecha

DP = Demanda potencial

C = Competencia

(Vásques, s.f).

- **Demanda objetivo**

Es un conjunto de personas bien definido a quienes la empresa busca satisfacer las necesidades, puede estar compuesto por las personas que no han sido atendidas por la competencia o que están dispuesto a cambiar de producto al conocer los nuevos beneficios y oportunidades que tenga el proyecto, dicho valor se calcula mediante la fórmula, $DO = DI * \%CM$, donde:

DO = Demanda objetivo

DI = Demanda insatisfecha

%CM = Porcentaje de captación del mercado

(Izquierdo, 2011: p.43).

2.3.1.2. Análisis de la oferta

Esta fase del estudio es la más compleja de realizar debido a la no disponibilidad de información tan accesible como la de la demanda debido a que los ofertantes no pueden poner a la luz sus datos de operatividad para que sean usados por sus competidores, por tal motivo, los métodos de obtener dicha información deben ser creativos, pero siempre basados en la lógica.

Básicamente el análisis de la oferta busca conocer la capacidad instalada para la producción de productos y servicios para la demanda, para tal caso se debe cuantificar y caracterizar la producción local y del entorno circundante (Núñez, 1997: p.70).

2.3.1.3. Confrontación de oferta y demanda

Esta comparación entre oferta y demanda permite conocer el grado en que las expectativas y necesidades de los consumidores serán cubiertas durante el periodo de vida útil del proyecto; cabe mencionar que aunque este proceso se trate de un balance, la oferta y la demanda casi nunca estarán perfectamente equilibradas, de hecho, se espera que existan diferencias notables para agrandar la posibilidad de llevar a cabo el proyecto y que este participe de manera efectiva y positiva en el mercado (Núñez, 1997: p.70).

2.3.2. Estudio técnico

Miranda (2012) citado en Echeverria (2017, p.182) define el estudio técnico como la herramienta para determinar el tamaño del proyecto, la localidad apropiada y la selección del modelo tecnológico y administrativo consecuente del estudio de mercado. En este apartado se estudia el tamaño de las instalaciones, la maquinaria y equipo necesario para la operación, métodos de localización, distribución y comercialización de los mismos.

El estudio técnico se enfoca en:

- **Localización:** ubicación geográfica óptima
- **Tamaño:** capacidad de producción del negocio
- **Ingeniería:** procesos para generar el producto o servicio
- **Layout:** distribuciones físicas de la empresa
- **Requerimientos:** recursos necesarios para la operación

2.3.3. Viabilidad socioambiental

Este análisis tiene por objetivo identificar los posibles impactos ambientales que podría provocar la implementación de cualquier proyecto, predice e interpreta las causas y efectos que podrían presentarse, y a la vez plantea acciones de prevención, corrección y valoración de los impactos; todo esto con el fin de reflejar información útil a las personas u organismos competentes para que acepten, modifiquen o rechacen la propuesta (Hernández y Calzada, 2014: p.18).

Así mismo, Corzo y Chirinos (2019: p.110) argumentan que realizar el estudio ambiental de un proyecto en su fase de planificación es una garantía de protección y compromiso con el medio ambiente y el desarrollo sostenible ya que no puede haber progreso sin conservación ambiental; pero, por otro lado, las mismas autoras mencionan que este análisis debe estar enmarcado en el paradigma socio crítico, caracterizado por el direccionamiento de manifestación y voluntad de las comunidades organizadas.

Adjuntar el ámbito social en este análisis es sumamente importante puesto que por un lado las ideas de negocios y proyectos nacen de los problemas y potencialidades territoriales diagnosticadas y por otro lado representa el compromiso entre los involucrados de cambiar la sociedad actual.

Analizar la viabilidad socio ambiental comprende relacionar el entorno del proyecto con los efectos positivos o negativos que rompan o beneficien el equilibrio ecológico de las comunidades, para lo cual varios autores proponen herramientas que ayudan en la evaluación de dichos impactos.

2.3.3.1. Matriz de Lázaro Lagos

La Matriz de Lázaro Lagos para la evaluación de impactos ambientales fue obtenida mediante la adaptación de las matrices de Leopold y Batelle-Columbus, realizada por el científico cubano

Lázaro Lagos. De esta manera, la matriz propuesta emite un método más fácil, rápido y sencillo para evaluar los impactos y obtener información más precisa.

La matriz está determinada en primera instancia por los componentes ambientales que están siendo afectados o estudiados como: agua, aire, suelo, flora y fauna, entre otros, así como también las actividades que se realizan en el proyecto, para posteriormente desembocar en los impactos generados (Vélez, 2016: p.3).

Para obtener resultados cuantificables de la matriz en primer lugar se debe cruzar la información de las actividades que se realizan en el proyecto con los posibles impactos que se pueden generar, luego de esto se le asigna valores numéricos a cada impacto según lo establecido en la metodología respecto a los criterios de evaluación, la ponderación total del impacto se obtiene de la multiplicación de la magnitud por la importancia y sumado los valores de reversibilidad y duración. La información obtenida deberá luego ser reflejada en una segunda matriz de cuantificación de impactos para obtener el valor de impactos positivos y negativos sobre la implementación del proyecto.

2.3.4. Viabilidad legal administrativa

Este estudio delimita la factibilidad de implementación del proyecto bajo el análisis de marcos legales que regulan las operaciones en el macro y microentorno de la actividad comercial propuesta y también busca estructurar la organización que se hará responsable del proyecto tanto en la fase de ejecución como en la de operación (Fernández, 2011: p.5).

2.3.4.1. Legal

En este análisis se determina la viabilidad del proyecto bajo el régimen de las normas y reglamentos de operatividad que lo rigen ya sea en cuanto a la localización de productos, patentes, legislación laboral, prestaciones sociales, obligaciones tributarias etc., además es importante en este punto analizar el tipo de empresa o sociedad que se implementará para constituir la dirección del proyecto, estas pueden ser de responsabilidad limitada, sociedad anónima entre otras. Cabe mencionar que dichas variables deben ajustarse a la naturaleza y conveniencia del proyecto (Guerrero y Santacruz, 2016: p.26-27).

2.3.1.2 Administrativa

En esta fase se desarrolla la estructura organizativa de la empresa para determinar actividades, funciones de los empleados, necesidades del personal, requerimientos, estatutos, reglamentos (Fernández, 2011: p.6).

El análisis administrativo proporciona las herramientas y medio necesario para administrar adecuadamente la empresa, en esta fase debe definirse la misión, visión, metas, objetivos y rutas claras que busca seguir y alcanzar la empresa, teniendo así una estrategia administrativa firme que ayude a realzar la operatividad positiva del proyecto (Guerrero y Santacruz, 2016: p.26-27).

Los enfoques del estudio son:

- **Organigrama:** determina los niveles jerárquicos del negocio, asignación de cargos y funciones
- **Direccionamiento estratégico:** establece la misión, visión, objetivos, estrategias, valores y políticas de convivencia en el entorno laboral.

2.3.5. Viabilidad económico – financiera

2.3.5.1. Viabilidad económica

Este estudio comprende el análisis de los aspectos para determinar la rentabilidad del proyecto y posteriormente las inversiones, costos, ingresos y parámetros generales para determinar la conveniencia o no de asignar recursos, es aquí donde se busca determinar el monto económico total con el que se puede arrancar la ejecución del proyecto (Lozano, 2012).

Como parte de este análisis se determina:

- **Inversión total:** tomando en cuenta los requerimientos de la operación del negocio.
- **Financiamiento:** se determinan las fuentes y el porcentaje de financiamiento para la implementación del proyecto, sea este como préstamo o capital propio.
- **Punto de equilibrio:** se analiza cuando los ingresos son iguales a los costos, obteniendo utilidad cero (Echeverría, 2017: p.185).

2.3.5.2. Viabilidad financiera

Esta última y primordial fase se dedica a determinar criterios de evaluación financiera de las inversiones, costos e ingresos de la propuesta de negocio distribuida en el tiempo, y se sustenta en el cálculo de ciertos indicadores que sirven para comprobar si el proyecto es factible monetariamente (Echeverría, 2017: p.186), los índices determinantes son:

- **Tasa interna de retorno (TIR):** refleja la cantidad de retorno de dinero que se obtiene en función de la inversión.
- **Valor actual neto (VAN):** permite calcular los flujos de caja futuros originados por la inversión.
- **Periodo de recuperación del capital (PRC):** determina el tiempo en que los ingresos reflejarán la recuperación de la inversión inicial.
- **Relación beneficio/costo (RBC):** refleja el rendimiento de cada dólar de la inversión como retorno por la operatividad del negocio.

2.4. Estrategias de mercadeo

Según menciona Burgoa (2010) citado en Izquierdo et.al (2020) las estrategias de mercadeo son planes de utilización y de asignación de recursos disponibles para modificar la competitividad y estabilidad comercial a la empresa. Las estrategias de marketing generalmente están enmarcadas para dar a conocer los productos, informar características de los mismos, incentivar la compra y más.

2.4.1. 4 C del marketing

La teoría sobre las 4C del marketing propuesta por un grupo de investigadores de la Universidad de *Northwestern* se desprende de la teoría de las 4 P desarrolladas por Jerome McCarthy, esta distinción se hace ya que se ha evidenciado que, en los últimos años, la primera propuesta ya no se adecúa al entorno competitivo actual, por tanto, las 4 C proponen reemplazar el producto por el cliente o consumidor, promoción por comunicación, precio por costo y finalmente plaza por conveniencia (Hichos, 2009: p.5).

2.4.1.1. Cliente o consumidor

El cliente es el individuo que adquiere un producto o un servicio de una empresa determinada para satisfacer una necesidad a cambio de dinero, es preciso mencionar que el diseño de los servicios o productos deben ajustarse lo más posible a los deseos del cliente para poder posicionar a la empresa (Hichos, 2009: p.6).

2.4.1.2. Comunicación

En mercadotecnia, la comunicación es crucial para la comercialización debido a que está estrechamente ligada con el cliente; los mensajes enviados tienen la intención principal de influir en el comportamiento del consumidor usando varios canales de difusión, además de que se necesita conocer el criterio del cliente sobre el producto, por tanto, es importante idear varias formas para mejorar dicha comunicación (Hichos, 2009: p.6) y (Gutiérrez, 2021: p.15).

2.4.1.3. Conveniencia

La conveniencia hace referencia a la comodidad del consumidor al momento de adquirir el producto, en otras palabras, se busca hacer la vida más fácil y rápida al cliente al momento de comprar, para esto, la empresa debe asegurar una experiencia diferente a otras para el comprador ideando maneras de llegar a él como ventas de puerta en puerta, catálogos a domicilio, ventas online entre muchas otras (Hichos, 2009: p.7) y (Gutiérrez, 2021: p.15).

2.4.1.4. Costo

El costo es determinado por la cantidad de recursos de todo tipo que se hayan empleado para que el producto final llegue a manos del consumidor (Gutiérrez, 2021: p.14).

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

El proyecto se realizó aplicando el método deductivo apoyado en las técnicas de investigación, revisión y análisis de fuentes bibliográficas confiables y en salidas de campo para recolección de información primaria, por tanto, el trabajo tiene resultados descriptivos y analíticos que han determinado la factibilidad para la implementación del resort. La investigación ha comprendido seis etapas ordenadas secuencialmente; la primera corresponde al estudio de mercado que consistió en analizar por separado la oferta y la demanda que infiere en la idea de negocio.

En primer lugar, se ha realizado el análisis de la demanda mediante la revisión bibliográfica sobre las tendencias de consumo turístico después de la COVID-19, gracias a ello se pudo caracterizar los deseos y nuevas perspectivas del mercado turístico en el territorio nacional, con esa información se elaboró el perfil de la demanda basado en el Levantamiento de Información sobre el Comportamiento del Turismo a nivel nacional dada la Nueva Normalidad generada por la Afectación del virus COVID-19 elaborado por el MINTUR (2021).

El perfil de la demanda recoge información de variables como edad, ocupación, estado civil, sexo, ingreso económico, destinos de preferencia, preferencia sobre servicios, plazo de planificación de viaje, número de noches de pernoctación, y motivo de viaje; seguidamente se procedió a definir el nicho de mercado al que estará direccionado el resort.

Para el análisis de la oferta actual, se realizó una salida de campo para observar las características del terreno de estudio y enlistar los elementos disponibles en el mismo, además los propietarios facilitaron la planimetría general del terreno para poder caracterizar las dimensiones y linderos, con esa información se diseñó una tabla que contiene todas las características del terreno.

Luego de ello, se realizó el análisis de la oferta complementaria priorizando la obtención de información sobre la planta turística del cantón, para lo cual se dirigió un oficio formal a la Dirección de Desarrollo Turístico del GADM Guano solicitado el catastro turístico del cantón, además se descargó el catastro nacional actualizado a octubre del 2021 de la página web oficial del MINTUR. Con esa información se realizó una matriz de resumen de establecimientos turísticos por el tipo de servicio: alojamiento, alimentos y bebidas, y entretenimiento.

Tabla 2-3: Matriz de resumen de establecimientos de servicio turístico

| Clasificación | Nombre comercial | Categoría | Cantón | Dirección |
|---------------|------------------|-----------|--------|-----------|
| | | | | |

Fuente: Tierra, 2021

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

En cuanto a la oferta sustitutiva, se identificó los establecimientos de alojamiento de distintas categorías ubicados, tanto en el cantón Guano como en el cantón Riobamba, dada la proximidad del terreno de estudio a las dos localidades, el principio para determinar a los establecimientos como potencial competencia fue la similitud de oferta de servicios.

Para analizar las características importantes de dichos establecimientos se realizaron tres salidas de campo para realizar entrevistas a los administradores de estos (ANEXO A), la información que no se obtuvo debido a las políticas de cada establecimiento, se obtuvo mediante fuentes secundarias y sondeo de información en redes sociales y páginas web oficiales de los establecimientos. Posteriormente, se resumió la información en una matriz de caracterización de la oferta sustitutiva.

Tabla 3-3: Matriz de caracterización de la oferta sustitutiva

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

Fuente: Tierra, 2021

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Para la fase de confrontación de oferta y demanda se realizó el cálculo de la demanda actual a partir del total de turistas/excursionistas que visitaron el cantón Guano entre el año 2020 y 2021. Luego se realizó la proyección de la demanda futura usando la fórmula de incremento compuesto, además, se realizó el cálculo de la demanda potencial. También, se procedió a determinar la demanda insatisfecha y la demanda objetivo; una vez obtenidos los resultados de los cálculos, se realizó el análisis del consumo aparente por producto donde se tomó en cuenta la preferencia sobre servicios detallado en el perfil de la demanda, obteniendo así información útil para determinar la capacidad instalada que se necesita para satisfacer la demanda.

La segunda etapa comprendió el diseño técnico del resort. En primer lugar, se realizó el diseño arquitectónico de todas las instalaciones que debe contener un resort según el Anexo cuatro del Reglamento de Alojamiento Turístico del Ecuador (2016), las mismas que fueron colocadas en un plano de todo el cuerpo del terreno. Para continuar, se enlistó las dimensiones de cada infraestructura a ser

construida, además de detallarse las características de la construcción, usos de cada instalación y presupuesto de construcción mediante un Análisis de precios unitarios (APU).

Tabla 4-3: Tabla de presupuesto de construcciones y edificaciones

| Denominación | Cantidad | Valor unitario | Inversión total |
|----------------------------|----------|----------------|-----------------|
| Área comercial | | | |
| | | | |
| Área productiva | | | |
| | | | |
| Área administrativa | | | |
| | | | |
| TOTAL | | | |

Fuente: Tierra, 2021

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

En segundo lugar, se realizó el diseño de los servicios para lo cual se clasificó las edificaciones según el tipo de servicio que brindará, de ese modo se utilizó una ficha de detalle de las construcciones donde también se ubicó el diseño tentativo de las instalaciones internas de cada edificación.

Tabla 5-3: Ficha de detalle de las construcciones

| | |
|------------------------------------|-------------------------------|
| Construcción: | Ficha: |
| Función: | Ubicación: X: Y: |
| Descripción: | |
| Diseño de la construcción | |
| (imagen del diseño arquitectónico) | |
| Dimensiones: | Mantenimiento: |
| Observaciones: | |

Fuente: Tierra, 2021

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Luego de explicar cada espacio en las fichas de detalle, se procedió a identificar los requerimientos para cada servicio mediante la matriz de detalle del presupuesto APU. Adicional a ello, se enlistó por cada servicio diseñado los estándares mínimos de calidad.

La tercera etapa comprendió la estructuración de estrategias de comunicación de mercadeo y comercialización para el posicionamiento del resort en el mercado nacional, para lo cual se empleó la teoría de las 4C del marketing (consumidor, comunicación, conveniencia y costo), el objetivo fue conseguir que el consumidor se sienta escuchado y comprendido por el establecimiento, ofreciéndole todas las facilidades posibles para que su experiencia de compra sea sencilla, cómoda, rápida y para que la relación sea cercana y natural (Sevilla, 2020). Adicionalmente y respecto a las nuevas tendencias tecnológicas y modernas se elaboraron estrategias de comunicación de mercadeo mediante el marketing digital para ampliar la posibilidad de posicionar el establecimiento en el mercado nacional.

La cuarta etapa del trabajo consistió en analizar la viabilidad ambiental para la implementación del resort, para lo cual se empleó la metodología de Lázaro Lagos resumida en una matriz de evaluación de impactos ambientales que está determinada en primera instancia por los componentes ambientales que están siendo afectados o estudiados como: agua, aire, suelo, flora y fauna, entre otros. Así como también, las actividades que se realizan en el proyecto, para posteriormente desembocar en los impactos que se generarán (Vélez, 2016). Los parámetros de evaluación de dicha metodología se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 6-3: Matriz de criterios de evaluación de la metodología de Lázaro Lagos

| Criterio | Detalle | Cuantificación | | |
|--------------------|--|--|---------------------|----|
| Naturaleza | Dependiendo si el impacto es positivo o negativo se le asigna el símbolo | (+) o (-) | | |
| Magnitud | Maneja 3 rangos de evaluación | Cuando el área de afectación es menor a 1 ha | Baja intensidad | 1 |
| | | Cuando el área de afectación está entre 1 y 10 has | Moderada intensidad | 2 |
| | | Cuando el área de afectación es mayor a 10 has | Alta intensidad | 3 |
| Importancia | Maneja 4 rangos de evaluación | Sin importancia | 0 | |
| | | Menor importancia | 1 | |
| | | Moderada importancia | 2 | |
| | | Alta importancia | 3 | |
| Certeza | Maneja 3 rangos definidos por letras | Si el impacto ocurrirá con una probabilidad del 75% | | C |
| | | Si el impacto ocurrirá con una probabilidad de entre 50 y 75% | | D |
| | | Si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del impacto | | I |
| Tipo | | Si el impacto es consecuencia directa de la implementación del proyecto | Primario | Pr |

| criterio | Detalle | Cuantificación | | |
|----------------------------|--------------------------------------|---|---------------|----|
| | Maneja 3 rangos definidos por letras | Si el impacto es consecuencia indirecta de la implementación del proyecto | Secundario | Sc |
| | | Si el impacto es consecuencia de impactos individuales repetitivos | Acumulativo | Ac |
| Reversibilidad | Puede ser de dos tipos | Si el impacto es transformable por mecanismos naturales | Reversible | 1 |
| | | Si el impacto no es transformable por mecanismos naturales | Irreversible | 2 |
| Duración | Se determina a través del tiempo | Si el impacto permanece menos de 1 año | Corto plazo | 1 |
| | | Si el impacto permanece entre 1 a 10 años | Mediano plazo | 2 |
| | | Si el impacto permanece más de 10 años | Largo plazo | 3 |
| Tiempo en aparecer | Se determina a través del tiempo | Si el impacto aparece inmediatamente o dentro de los primeros seis meses posteriores a la implementación del proyecto | Corto plazo | C |
| | | Si el impacto aparece entre 9 meses a 5 años después de la implementación del proyecto | Mediano plazo | M |
| | | Si el impacto aparece en 10 años o más a la implementación del proyecto | Largo plazo | L |
| Considerado en el proyecto | Se define por dos alternativas | Si el impacto fue considerado en el proyecto | Si | S |
| | | Si el impacto no fue considerado en el proyecto | No | N |

Fuente: Vélez, 2016

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Posterior a eso, se identificaron los posibles impactos que se pueden generar con la implementación del resort en el entorno circundante y se plasmaron en la matriz de Lázaro Lagos.

Tabla 7-3: Matriz de Lázaro Lagos

| COMPONENTES | IMPACTOS | | | | | | CRITERIOS DE EVALUACIÓN | | | | | | | | | |
|------------------|------------------------|--------------------------|----------------------------|-----------------------|-------------------------|-----------------------------|-------------------------|----------|-------------|---------|------|----------------|----------|--------------------|---------------------|-------------|
| | 1. Operación turística | 2. Construcción y mejora | 3. Organización de eventos | 4. Manejo de desechos | 5. Servicio de vuelo en | 6. Servicio de alimentación | Naturaleza | Magnitud | Importancia | Certeza | Tipo | Reversibilidad | Duración | Tiempo en aparecer | Consideración en el | Ponderación |
| A. Aire | | | | | | | | | | | | | | | | |
| B. Agua | | | | | | | | | | | | | | | | |
| C. Flora y fauna | | | | | | | | | | | | | | | | |
| D. Suelo | | | | | | | | | | | | | | | | |
| E. Paisaje | | | | | | | | | | | | | | | | |

Fuente: Lagos, 2006

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Como quinta etapa, se elaboró el análisis de la viabilidad legal – administrativa, en primera instancia para el análisis legal se procedió a revisar y analizar los cuerpos legales correspondientes

que regulan la operatividad del establecimiento turístico propuesto, siguiendo la lógica dispuesta por el artículo 425 de la Constitución de la República del Ecuador (2008). Posteriormente, se realizó el análisis administrativo del establecimiento mediante organigramas estructurales y funcionales además de sus respectivos manuales de funciones y procesos.

Finalmente, la sexta etapa comprendió el análisis económico donde se definieron los beneficios y costos estimados del proyecto, determinando la factibilidad de su implementación y operación, para esto se estructuró un detalle de activos fijos, activos diferidos, capital de trabajo, fuentes de financiamiento, amortizaciones, depreciación, costos, ingresos, estado de resultados, flujo de caja y punto de equilibrio de la operación. Para el análisis financiero que determina la rentabilidad del proyecto se calcularon los ratios financieros de Valor actual neto (VAN), Tasa interna de retorno (TIR), Relación beneficio costo (RBC) y el periodo de recuperación del capital (PRC).

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS

4.1. Estudio de mercado

4.1.1. *Análisis de la demanda*

El año 2020 marcó un antes y después para el sector turístico, imponiendo la necesidad de replantear las estrategias de gestión del sector, llevándola a una casi total transformación tanto en la oferta como en la demanda. Dada la pandemia sin precedentes que ha afectado al mundo entero, se ha realizado una revisión y recopilación de diferentes fuentes de información sobre turismo y el impacto que el virus COVID-19 está causando en este sector clave para la economía mundial (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020: p.7).

Durante la pandemia, el sector turístico del Ecuador ha tenido que enfocarse en el turista ecuatoriano, siendo necesario cambiar el giro de negocio y la oferta para atraer a los clientes ya que, según Mauricio Letort, director de la Asociación de Hoteles de Quito, los viajeros ecuatorianos no son turistas que gastan, sino que necesitan descuentos y que se mueven hacia la oferta (Llugsha, 2021: p.48).

Las medidas adoptadas por la pandemia causó en las personas distintas afectaciones de tipo psicológico y emocional debido al confinamiento social, las mismas que para el año 2021 son determinantes para la toma de decisiones de los viajeros ya que buscan percepciones de libertad, cambio de aire y tiempo de calidad, esto a su vez desemboca en que la oferta deberá implementar rigurosas medidas de bioseguridad, flexibilidad en los sistemas de reserva y apoyo espiritual o psicológico (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador, 2020: p.2).

Según el Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020 las necesidades y tendencias actuales del turismo apuntan a que los viajeros buscarán vivir nuevas experiencias seguras, además de que presentarán ciertas actitudes de rechazo a lugares públicos, preferencia de productos nacionales, servicio a domicilio, preferencia de protocolos de bioseguridad, mayor conexión espiritual, preferencia en marcas con responsabilidad social, flexibilidad de cancelación y entrega, acceso a la información y responsabilidad ambiental (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020: p.9).

Hostelur (2021) citado en Llugsha (2021: p.93), menciona que a partir de la denominada “nueva normalidad”, el segmento que ha tomado mayor fuerza y que continuará presente es el de viajes

familiares, desplazamientos cortos, excursiones de fin de semana o aventuras de un día realizados principalmente por grupos familiares que consumen la oferta de los pequeños negocios turísticos.

4.1.1.1. Perfil de la demanda de consumo

En función de las nuevas tendencias de consumo turístico que se han contextualizado anteriormente, se ha tomado información del documento público denominado Levantamiento de Información sobre el Comportamiento del Turismo a nivel nacional dada la Nueva Normalidad generada por la Afectación del virus COVID-19, el cual es un estudio impulsado por el Ministerio de Turismo con el apoyo de la Universidad Central del Ecuador y otras 13 de las mejores Universidades y Escuelas Politécnicas del país, que busca evidenciar el comportamiento del turista nacional antes y después de la pandemia, analizando las variantes de comportamiento, gustos y preferencias y motivación de viaje durante 2020 y 2021 (Ministerio de Turismo, 2021: p.5).

El grupo de investigación generó lineamientos estadísticos y metodológicos con respeto al levantamiento de la información, así como también de la socialización del formulario y del análisis de la información dado el conocimiento de la realidad de cada una de las provincias (Ministerio de Turismo, 2021: p.7).

En el periodo de levantamiento de información se recolectaron 10.039 observaciones de las cuales se suprimieron algunas por diversas problemáticas por lo cual se definió un total de 8.329 observaciones realizadas a personas mayores de 16 años de todo el país; cabe mencionar que la muestra tiene más representatividad en las provincias de Azuay, Bolívar, Carchi, Chimborazo, El Oro, Guayas, Loja, Manabí, Napo, Orellana, Pastaza, Pichincha, Santa Elena y Sucumbíos; en adición, la provincia de Chimborazo registró 345 observaciones. De ese modo se plantea el siguiente perfil de la demanda:

Tabla 8-4: Perfil de la demanda

| Variable | Característica |
|-----------|---|
| Edad | Jóvenes (menores de 25 años): 46% Adultos jóvenes (entre 26 y 34 años): 21% Adultos (entre 35 y 64 años): 32% Adultos mayores (más de 65 años): 1% |
| Ocupación | Desempleado: 1,55% Empleado: 54,39% Estudiante: 40,1% Jubilado: 1,08% Otros: 2,88% |

| Variable | Característica |
|--|---|
| Estado civil | Casado: 25,5% Divorciado: 5,32% Soltero: 62,30% Unión libre: 6,27% Viudo: 0,60% |
| Sexo | Hombre: 41,75% Mujer: 58,25% |
| Ingreso económico | No tiene ingresos económicos: 38,20% Menor a un salario básico: 15,28% De 400 a 500 USD: 11,03% De 501 a 1000 USD: 17,64% De 1001 a 2000 USD: 11,71% De 2001 a 3000 USD: 4,14% Más de 3000 USD: 1,99% |
| Comportamiento de viajes bajo la nueva normalidad | |
| Plazo de planificación de viaje | Inmediatamente: 5,87% En el primer feriado disponible: 8,38% De 1 a 3 meses: 10,12% Más de 3 meses: 6,74% A partir del 2021: 53,56% No viajar en un largo tiempo: 15,33% |
| Estructura de viaje | Amigos: 18,49% Familia: 53,26% Pareja: 17,95% Solo: 8,98% Otros: 1,32% |
| Número de noches de pernctación | Viaje de ida por vuelta: 18,05% Al menos 1 noche: 39,93% De 2 a 4 noches: 3,33% Más de 5 noches: 8,69% |
| Destino turístico | Galápagos: 4,07% Amazonía: 8,16% De aventura: 7,78% De montaña: 12,01% De sol y playa: 45,34% De áreas protegidas: 9,27% Destino rural: 5,07% Destino urbano: 6,84% Otro: 0,90% No viajaría: 0,56% |
| Motivo de viaje | Desconfinamiento: 4,93% Destino para fin de semana o feriado: 6,98% Esparcimiento familiar: 12,43% |

| Variable | Característica |
|-----------------------------|--|
| | Protocolos de bioseguridad: 28,90% Confianza en el destino: 15,70% Infraestructura y accesibilidad: 2,19% Seguridad y servicios en el destino: 10,63% Situación pandemia: 0,41% Ubicación geográfica del destino: 8,15% Estadísticas de contagio: 8,28% No viaja: 0,38% Otros: 1,02% |
| Preferencia sobre servicios | Alojamiento: 15% Alimentación: 34% Recreación: 22% Otros: 29% |

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.1.1.2. Nicho de mercado a captar

En función del perfil de la demanda dada la nueva normalidad por la COVID-19, el nicho de mercado a captar son grupos familiares nacionales con ingresos económicos mayores al salario básico establecido en el Ecuador, dispuestos a viajar a partir del 2021, que planean pernoctar al menos una noche en destinos de naturaleza, montaña, áreas protegidas, aventura y zonas rurales.

4.1.2. Análisis de la oferta

4.1.2.1. Análisis de la oferta actual

El terreno donde se pretende implementar el resort es de propiedad del señor Pedro Gusqui y su esposa Gladys Carrasco, dicha propiedad está valorada en \$ 90.000,00, la siguiente tabla detalla las características y condiciones del terreno.

Tabla 9-4: Características del terreno

| Característica | Detalle |
|-------------------------|--|
| Dimensiones | Superficie: 6.465,50 m ² Lado 1: 107,10 m Lado 2: 102,50 m Lado 3: 33 m Lado 4: 163,51 m |
| Accesibilidad | Para entrar a la propiedad existe una vía de tercer orden, de tierra, de 3 metros de ancho; se puede acceder caminando o en cualquier medio de transporte terrestre |
| Agua | Se dispone un sistema de agua potable administrada por la Junta de agua del barrio Langos Panamericana |
| Sanidad | Desechos sólidos: recolector de basura del cantón Guano, los días martes. Aguas servidas: por falta de alcantarillado, estas aguas son depositadas en pozos sépticos |
| Energía | La propiedad dispone de energía eléctrica con capacidad de 220 voltios, dotada por la Empresa Eléctrica Riobamba S.A. |
| Conectividad | Telefonía fija: se provee del servicio de la Compañía Nacional de Telecomunicaciones (CNT). Telefonía móvil: la cobertura móvil más estable y segura es de la operadora Claro, y en menor medida y con ciertas fallas de cobertura está CNT, Movistar y Tuenti. Internet: la empresa proveedora de este servicio es CNT. |
| Transporte | La cooperativa de transportes “San Lucas” pasa por la vía de segundo orden denominada vía a Santa Teresita, maneja frecuencias por cada hora desde las 05h00 hasta las 19h00 de lunes a domingo. Además, constantemente se cuenta con el servicio de taxis de cooperativas de la ciudad de Riobamba y Guano, así como también camionetas del barrio Langos Panamericana |
| Construcciones | La propiedad cuenta con las siguientes infraestructuras: Galpón de hormigón y duratecho de 16 m x 10 m x 6 m Casona antigua de teja, carrizo y bareque Oficina de hormigón y techo de Eternit de 7 m x 3 m x 2,5 m Bodega de hormigón y techo de zinc de 3 m x 1.5 m x 2,5 m Baños con inodoro, ducha y vestidor Sisterna de agua de hormigón de 2,5 m x 2,5 m x 2,5 m Pozo séptico de hormigón de 2,5 m x 2,5 m x 2,5 m Camino de acceso a la propiedad de 2,5 m de ancho |
| Áreas verdes / paisajes | Jardín con flores ornamentales Parcelas de terreno dedicado al cultivo de legumbres Arboles de: Aguacate (<i>Persea americana</i>), nogal (<i>Juglans regia</i>), durazno (<i>Prunus persica</i>), capulí (<i>Prunus serotina</i>), manzana (<i>Malus sylvestris</i>), limón (<i>Citrus limon</i>), alfalfa (<i>Medicago sativa</i>). Pequeño bosque de eucalipto (<i>Eucalyptus globulus</i>). Vista abierta y panorámica hacia el Chimborazo, El Altar y el Tungurahua. |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.1.2.2. Análisis de la oferta complementaria

En función de los registros del catastro de prestadores de servicios turísticos elaborado por la Dirección de Gestión de Desarrollo Turístico del GAD cantonal Guano 2021, se ha identificado los siguientes establecimientos de servicios turísticos que pueden complementar los servicios del resort.

- **Alojamiento**

Para el año 2021, el catastro turístico registra nueve establecimientos de alojamiento en el cantón Guano de los cuales, uno está clasificado como hostel, tres están clasificados como hostería, tres están clasificados como hotel, uno está clasificado como casa de huéspedes y uno más registrado como refugio, la siguiente tabla detalla la información más relevante de los establecimientos mencionados.

Tabla 10-4: Establecimientos de alojamiento turístico del cantón Guano

| Clasificación | Nombre comercial | Categoría | Cantón | Dirección |
|-------------------|------------------|-----------------|--------|---|
| Hostal | Valle de Guano | 1 estrella | Guano | García Moreno 52-25 León Hidalgo |
| Hostería | La Andaluza | 3 estrellas | Guano | Panamericana norte s/n sin intersección |
| | Quinta Aidita | 3 estrellas | Guano | Marcos Montalvo 919 Francisco Quilpe |
| | Vista hermosa | 3 estrellas | Guano | Marcos Montalvo s/n Yelvani |
| Hotel | Fray Lázaro | 2 estrellas | Guano | León Hidalgo 0 Agustín Dávalos |
| | Márquez de Guano | 2 estrellas | Guano | Casique Toca 00 pasaje 1 |
| | San Andrés | 2 estrellas | Guano | Chimborazo 453 Bolívar Chiriboga |
| Casa de huéspedes | Q'Inti | Categoría única | Guano | Comunidad Sixipamba s/n |
| Albergue | Urbina | Categoría única | Guano | P. Norte km 20 vía a Quito, sector Urbina, San Andrés |

Fuente: GAD cantonal Guano, 2021

Realizado por: Gusqui, Priscila, 2022.

Los establecimientos de servicio de alojamiento se encuentran mayormente concentrados en la cabecera cantonal, de ellos se evidencia que el 33,3% son hosterías, el 33,3% son hoteles, el hostel representa el 11,1%, el albergue otro 11,1% y finalmente la casa de huéspedes representa el 11,1% de los establecimientos de alojamiento turístico registrados en el cantón. Por otro lado, respecto a la capacidad instalada, se tiene que entre los nueve establecimientos se dispone de un total de 142 habitaciones que a su vez cuentan con 269 camas y 455 plazas.

Respecto al tipo de servicios que ofertan se tiene que el hostel y los hoteles se dedican netamente al alojamiento y alimentación, respecto a las hosterías se registra una mayor diversificación de la oferta con actividades de relajación, esparcimiento, organización de eventos y más; el establecimiento Q'Inti además de contar con alojamiento y alimentación ofrece experiencias

vivenciales y demostrativas en la elaboración de aceites esenciales naturales, finalmente el albergue ofrece servicio de alojamiento, alimentación y experiencias vivenciales en la comunidad circundante.

En cuanto a las instalaciones de los establecimientos, las hosterías cuentan con mayor representatividad ya que cuentan con piscinas cubiertas de agua temperada, áreas verdes, zona de juegos infantiles, recepción diferenciada, restaurante, bar, zona de fumadores, jardines, salas de estar, salas de lectura, salas de meditación y terapias alternativas y mucho más.

- **Alimentos y bebidas**

En cuanto a los establecimientos de alimentos y bebidas se tiene que el cantón Guano registra al año 2021, dos establecimientos clasificados como bar y restaurante de tercera y cuarta categoría respectivamente, la siguiente tabla detalla la información más relevante de los establecimientos mencionados.

Tabla 11-4: Establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Guano

| Clasificación | Nombre comercial | Categoría | Cantón | Dirección |
|---------------|------------------|-----------|--------|------------------------------|
| Bar | El Edén | Tercera | Guano | Casique Toca s/n y Tuncahuan |
| Restaurante | Tiestos Guano | Cuarta | Guano | García Moreno y Asunción |

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, 2021

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Los establecimientos oficialmente registrados cuentan con una disponibilidad de 27 mesas y 108 plazas, su oferta de servicio se basa fundamentalmente en comida típica guaneña como la fritada, llapingachos, caldo de 31, yaguarlocro, chicha huevona, cholas y más; además existen algunas tiendas, locales o también denominados “huecas” donde se ofrece la misma oferta alimenticia.

- **Entretenimiento**

Con respecto al entretenimiento, el cantón Guano cuenta con un parque acuático de propiedad municipal, ubicado en el barrio Los Elenes y que cuenta con varios servicios que llaman la atención de turistas nacionales y extranjeros, la siguiente tabla detalla la información más relevante del establecimiento mencionado.

Tabla 12-4: Establecimientos de entretenimiento del cantón Guano

| Clasificación | Nombre comercial | Categoría | Cantón | Dirección |
|-----------------|------------------|-----------|--------|-----------------------------------|
| Parque acuático | Los Elenes | N/A | Guano | Santa Teresita, barrio Los Elenes |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

El parque acuático “Los Elenes” ofrece actividades de esparcimiento y relajación al contar con varios espacios verdes, canchas y senderos para disfrutar del paisaje natural, también cuenta con una piscina semiolímpica cubierta de agua temperada, vestidores y baños separados para hombre y mujeres, sauna, turco, hidromasaje y piscina polar.

En la parte exterior se encuentra una piscina de olas, dos piscinas con toboganes a gran altitud, una piscina de niños y otro bloque de vestidores, baños, parqueadero y bar restaurante; está ubicado en las planicies de Los Elenes junto al río del mismo nombre, donde frecuentan las personas para realizar caminatas, fotografía, acampar, realizar ciclismo y más.

Respecto al horario de atención, el parque atiende de martes a domingo desde las 09h00 hasta las 17h00 y las tarifas son de \$ 3,00 adultos y \$ 1,50 para niños, tercera edad y personas con discapacidad.

- **Operación e intermediación**

Respecto a los servicios de operación e intermediación turística, centros de turismo comunitario, transporte turístico y guianza, el cantón Guano no registra ningún establecimiento dedicado a dichas actividades, los más cercanos están ubicados en el cantón Riobamba.

4.1.2.3. Análisis de la oferta sustitutiva

El análisis de la oferta sustitutiva comprendió la revisión del catastro turístico y las entrevistas a los administradores de los principales establecimientos de alojamiento dentro del área de influencia del estudio que ofrecen servicios similares a los que se pretende implementar en el resort, la siguiente tabla, detalla las condiciones de la oferta sustitutiva.

Tabla 13-4: Análisis de la oferta sustitutiva

| Nombre | Cantón | Parroquia | Capacidad instalada | Oferta | Precios | Demanda anual (pax). Periodo 2020-2021 |
|----------------------------------|----------|------------|-------------------------------------|--|---|---|
| Hostería Quinta Aidita | Guano | La Matriz | Hab: 25 Camas: 48 Plazas: 96 | Servicios: alojamiento, alimentación Actividades: eventos sociales, recreación, esparcimiento, relajación Atractivos: áreas verdes, aves domésticas, paisaje natural | Habitación por noche y por persona: Desde \$ 50,00 hasta \$ 120,00 | 338 pax por consumo de servicios |
| Hostería Vista Hermosa | Guano | La Matriz | Hab: 25 Camas: 46 Plazas: 82 | Servicios: alojamiento, alimentación Actividades: eventos sociales, recreación, esparcimiento, relajación, paseo en chiva Atractivos: áreas verdes, paisaje natural | Habitación por noche y por persona: Desde \$ 18,00 hasta \$ 30,00 Piscina: \$ 5,00 por pax | 233 pax por consumo de servicios |
| Hostería La Andaluza | Guano | San Andrés | Hab: 34 Camas: 53 Plazas: 101 | Servicios: alojamiento, alimentación Actividades: eventos sociales, recreación, esparcimiento, relajación y descanso Atractivos: spa, paisaje natural, artesanías y obras de arte | Habitación por noche y por persona: Desde \$ 85,71 hasta \$ 236,00 Restaurante: Desde \$ 3,00 hasta \$ 21,00 | 934 pax por pernoctación |
| Hotel hacienda Abraspungo | Riobamba | Maldonado | Hab: 14 Camas: 34 Plazas: 36 | Servicios: alojamiento, alimentación Actividades: eventos sociales, recreación, esparcimiento, relajación y descanso, ciclismo, cabalgata Atractivos: áreas verdes, paisaje natural, artesanías | Habitación por noche y por persona: Desde \$ 93,92 hasta \$ 225,00 Restaurante: Desde \$ 6,00 hasta \$ 28,00 | 758 pax por pernoctación |
| Hotel Mansión Santa Isabela | Riobamba | Velasco | Hab: 25 Camas: 43 Plazas: 79 | Servicios: alojamiento, alimentación Actividades: eventos sociales, recreación, esparcimiento, relajación y descanso Atractivos: spa, paisaje urbano | Habitación por noche y por persona: Desde \$ 76,60 hasta \$ 185,73 | 137 pax por consumo de servicios |
| Hotel Quindeloma Art and Gallery | Riobamba | Velasco | Hab: 46 Camas: 50 Plazas: 129 | Servicios: alojamiento, alimentación Actividades: eventos sociales, recreación, esparcimiento, relajación y descanso Atractivos: áreas verdes, paisaje urbano, artesanías, obras de arte | Habitación por noche y por persona: Desde \$ 69,00 hasta \$ 135,00 Restaurante: Desde \$ 8,00 hasta \$ 23,00 | 594 pax por pernoctación y consumo de servicios |
| Hotel y Spa Casa Real | Riobamba | Velasco | Hab: 26 Camas: 51 Plazas: 49 | Servicios: alojamiento, alimentación Actividades: eventos sociales, recreación, esparcimiento, relajación y descanso Atractivos: áreas verdes, paisaje natural | Habitación por noche y por persona: Desde \$ 46,00 hasta \$ 114,00 | 225 pax por pernoctación y consumo de servicios |

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, 2021.

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

El cantón Guano no cuenta con gran variedad de oferta turística relacionada al tipo de servicios que se pretende implementar en el resort, sin embargo, se ha tomado en cuenta la información de tres establecimientos en el cantón Guano, y cuatro del cantón Riobamba debido a la proximidad de estos poblados con respecto al sitio de estudio, estos siete establecimientos ofertan servicios y actividades similares a las que se pretende implementar en el resort por lo que cuentan como competencia directa para el futuro establecimiento.

En relación con la información anterior se tiene que entre los siete establecimientos emplean a un total de 123 personas de las cuales 52 son mujeres y 71 son hombres, representando el 42% y 58% de los empleados respectivamente, además, tres de los mismos son personas con discapacidad quienes laboran en la hacienda Abraspungo, La Andaluza y hotel Quindeloma.

De igual manera se tiene que los establecimientos tienen acceso a servicios básicos de manera diferenciada, respecto a la energía eléctrica, tanto los establecimientos del cantón Guano como del cantón Riobamba lo obtienen de la empresa eléctrica Riobamba S.A.

Por otro lado, el abastecimiento de agua la obtienen cada cantón del servicio municipal de su jurisdicción, por tanto, los establecimientos de Riobamba obtienen agua de la EP. EMAPAR (empresa pública Empresa de Agua Potable y Alcantarillado de Riobamba), y el cantón Guano se abastece de las vertientes del Igualata que es tratada y administrada por el GADM Guano y es distribuida para toda la ciudad.

En cuanto al servicio de alcantarillado se tiene que cinco establecimientos no cuentan con el mismo debido a que se encuentran en zonas rurales de Guano y Riobamba, por ende y en su defecto, estos establecimientos cuentan con pozos sépticos para el depósito de las aguas servidas; los dos establecimientos restantes, Quindeloma y Mansión Santa Isabela, si disponen de este servicio al estar ubicados en el centro urbano del cantón Riobamba.

Respecto a la comunicación se tiene que todos los establecimientos cuentan con acceso a internet fijo e inalámbrico de distintas empresas, en la telefonía fija todos reciben el servicio de CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones) y en la telefonía móvil se recibe excelente cobertura de operadoras como Claro, Movistar, CNT y Tuenti.

En aspectos de comercialización todos los establecimientos cuentan con formas de pago como tarjeta de crédito y débito, pago en efectivo y transferencia bancaria, por parte de la promoción y publicidad, los siete establecimientos manejan mayormente redes sociales como Facebook e Instagram, y cinco de ellos utilizan páginas web oficiales mientras que la hostería Vista Hermosa y Quinta Aidita no cuenta con el mismo.

4.1.3. Confrontación oferta-demanda

4.1.3.1. Cálculo de la demanda futura

El cantón Guano registró en el año 2019 una demanda total de 40.265 turistas; en el año 2020, debido a las restricciones por la presencia de la pandemia mundial, el cantón registró un total de 10.564 excursionistas y finalmente en lo que va del año 2021, es decir hasta el tercer trimestre de este, el cantón registra un total de 18.324 excursionistas principalmente nacionales. Con los datos anteriormente descritos se aplicó la fórmula de incremento compuesto $Pt = Po (1 + r)^t$, para proyectar la demanda turística para los próximos 5 años.

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

Pt = población total después de t años;

Po = población inicial;

r = tasa de crecimiento expresada en decimales;

t = número de años después del año inicial;

La tasa de crecimiento corresponde al porcentaje de aumento de consumo turístico según la OMT del 4% a nivel mundial, esto debido al levantamiento de algunas restricciones por la COVID-19.

Tabla 14-4: Cálculo de la demanda futura

| Año | Periodo | Demanda futura |
|-----|---------|----------------|
| 0 | 2022 | 18.324 |
| 1 | 2023 | 19.057 |
| 2 | 2024 | 19.819 |
| 3 | 2025 | 20.612 |
| 4 | 2026 | 21.436 |
| 5 | 2027 | 22.294 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.1.3.2. Cálculo de la demanda potencial

Para lograr este resultado se ha tomado en cuenta el 53,56% como porcentaje de aceptación del mercado, dados los resultados de las personas que están dispuestas a viajar a partir del 2021, según el Levantamiento de Información sobre el Comportamiento del Turismo a nivel nacional dada la Nueva Normalidad generada por la Afectación del virus COVID-19, 2021, del que se ha tomado la información para definir el perfil de demanda y nicho de mercado.

Tabla 15-4: Cálculo de la demanda potencial

| Año | Periodo | Demanda potencial |
|-----|---------|-------------------|
| 0 | 2022 | 9.814 |
| 1 | 2023 | 10.207 |
| 2 | 2024 | 10.615 |
| 3 | 2025 | 11.040 |
| 4 | 2026 | 11.481 |
| 5 | 2027 | 11.941 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.1.3.3. Cálculo de la demanda insatisfecha

El promedio de demanda captada por la potencial competencia del establecimiento es de 3.219 turistas, por tanto, se predicen los siguientes resultados:

Tabla 16-4: Cálculo de la demanda insatisfecha

| Año | Periodo | Demanda insatisfecha |
|-----|---------|----------------------|
| 0 | 2022 | 6.595 |
| 1 | 2023 | 6.859 |
| 2 | 2024 | 7.134 |
| 3 | 2025 | 7.419 |
| 4 | 2026 | 7.716 |
| 5 | 2027 | 8.024 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.1.3.4. Cálculo de la demanda objetivo de mercado

Se pretende captar el 9% de la demanda insatisfecha, debido al comportamiento de mercado que se prevé para el escenario post pandemia en el Ecuador y a la capacidad que se pretende instalar, de ese modo se han obtenido los siguientes resultados:

Tabla 17-4: Cálculo de la demanda objetivo

| Año | Periodo | Demanda objetivo |
|-----|---------|------------------|
| 0 | 2022 | 594 |
| 1 | 2023 | 617 |
| 2 | 2024 | 642 |
| 3 | 2025 | 668 |
| 4 | 2026 | 694 |
| 5 | 2027 | 722 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.1.3.5. Consumo aparente por producto

Para determinar el consumo aparente por producto que ha tomado en cuenta el porcentaje de aceptación del mercado con relación a las actividades de alojamiento, alimentación, recreación y otros, derivado del perfil de la demanda según el Levantamiento de Información sobre el Comportamiento del Turismo a nivel nacional dada la Nueva Normalidad generada por la Afectación del virus COVID-19, 2021 y el Boletín estadístico del observatorio turístico de la zona 2 del Ecuador, 2021.

Se tiene entonces que el porcentaje de aceptación para el alojamiento es del 15%, alimentación el 34%, recreación 22% y otros el 29%.

Tabla 18-4: Consumo aparente por producto

| Año | Periodo | Demanda objetivo | Alojamiento | Alimentación | Recreación | Otros |
|-----|---------|------------------|-------------|--------------|------------|-------|
| | | | 15% | 34% | 22% | 29% |
| 0 | 2022 | 594 | 89 | 202 | 131 | 172 |
| 1 | 2023 | 617 | 93 | 210 | 136 | 179 |
| 2 | 2024 | 642 | 96 | 218 | 141 | 186 |
| 3 | 2025 | 668 | 100 | 227 | 147 | 194 |
| 4 | 2026 | 694 | 104 | 236 | 153 | 201 |
| 5 | 2027 | 722 | 108 | 246 | 159 | 209 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Debido a que en los productos de recreación se han planteado cuatro propuestas y en la denominación de otros se considera los tratamientos del spa y el servicio de eventos, se necesita calcular la demanda objetivo por cada una de ellas para lo cual, se tomará en cuenta el flujo de clientes del año dos por considerarse el año en el que empieza a vender el producto, teniendo

entonces que para las actividades de recreación el año cero corresponde a 141 personas y para otros un total de 186 personas, bajo dicho análisis se proyecta el siguiente consumo aparente.

Tabla 19-4: Consumo aparente por actividades de recreación

| Año | Gincana | Noche cultural | Yoga acuático | Taller de tejidos |
|-----|---------|----------------|---------------|-------------------|
| 0 | 40 | 35 | 40 | 26 |
| 1 | 42 | 36 | 42 | 27 |
| 2 | 45 | 39 | 45 | 29 |
| 3 | 51 | 44 | 51 | 33 |
| 4 | 59 | 52 | 59 | 38 |
| 5 | 72 | 63 | 72 | 47 |

Realizado por: Gusquí, P., 2022.

Para los tratamientos del spa y la organización de eventos se ha dividido el porcentaje de aceptación de la demanda con el 90% para el spa y 10% para la organización de eventos, obteniendo las siguientes proyecciones.

Tabla 20-4: Consumo aparente por actividades de relajación

| Año | Masaje con piedras calientes | Aromaterapia | Manicure | Pedicure | Glow up | Limpieza facial | Organización de eventos |
|-----|------------------------------|--------------|----------|----------|---------|-----------------|-------------------------|
| 0 | 33 | 28 | 26 | 26 | 24 | 31 | 19 |
| 1 | 34 | 29 | 27 | 27 | 25 | 32 | 19 |
| 2 | 37 | 31 | 29 | 29 | 27 | 35 | 21 |
| 3 | 42 | 35 | 33 | 33 | 30 | 39 | 24 |
| 4 | 49 | 41 | 38 | 38 | 36 | 46 | 28 |
| 5 | 59 | 50 | 47 | 47 | 43 | 56 | 34 |

Realizado por: Gusquí, P., 2022.

4.2. Diseño técnico del resort

4.2.1 Diseño arquitectónico

Se pretende construir un establecimiento de alojamiento turístico categorizado como resort, el mismo que contará inicialmente con cinco cabañas, un salón de recepciones, una piscina, un centro de spa, un restaurante, áreas verdes, parqueadero, auditorio, oficinas administrativas y bodega general con vestidores para el personal.



Figura 3-4. Plano general de distribución de construcciones en el establecimiento

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.2.3.1. Dimensiones de las edificaciones

- **Auditorio:** 10 m x 15 m
- **Oficinas administrativas:** 3,8 m x 3,8 m (se construirán tres iguales).
- **Área de recepción:** 8 m x 10 m (se ubicará también el lobby y espacio para souvenirs)
- **Área de piscina:** 8 m x 5 m
- **Spa:** 16 m x 10 m
- **Bodega general:** 10 m x 5 m
- **Restaurante:** 12 m x 10 m (comedor 7 m x 10 m y cocina 5 m x 10 m)
- **Salón de recepciones:** 16 m x 10 m
- **Cabañas:** dos cabañas de 6 m x 8 m y tres cabañas de 6 m x 5 m

4.2.3.2. Características de la construcción

- **Auditorio:** Tendrá capacidad para 100 personas, se construirá un escenario con dos camerinos detrás, gradas de acceso, baño compartido para los camerinos, pisos con cerámica, puerta de acceso y salida de emergencia.

- **Oficinas administrativas:** Ubicadas en un solo bloque, estarán divididas por tres cubículos y un pasillo general entre ellas, contará con dos puertas de acceso.
- **Área de recepción:** Se ubicará en el mismo bloque contiguo al auditorio y contará con una barra para la recepción, espacio para el lobby, una barra para venta de souvenirs y entrega de información, acceso general al bloque, salida hacia el jardín y área de piscina.
- **Área de piscina:** Tendrá forma rectangular con distintos niveles de pisos y un bloque apartado para niños, bordes de piscina, barra para bar y cafetería.
- **Spa:** Contará con tres áreas, el área húmeda, área de terapias y área de estética, entradas para cada área, salida de emergencia, gradas de acceso.
- **Bodega general:** Se dividirá en dos secciones, una para bodega y otra para casilleros y aseo del personal con baños y duchas, entrada y salida para ambas secciones y portón para la bodega.
- **Restaurante:** Estará dividido en dos secciones, la cocina con acceso personalizado, salida de emergencia, mesones y baño; el área del comedor tendrá dos accesos, baño y barra.
- **Salón de recepciones:** Tendrá una capacidad para 200 personas, pequeño escenario, baños, barra, acceso general y salida de emergencia. La cocina y el salón estarán conectados por un pasillo para el servicio.
- **Cabañas:** Se construirán dos familiares y tres matrimoniales, con baño privado, chimenea y senderos que las conecten.

4.2.3.3. *Materiales de construcción*

Los materiales de construcción predominantes serán de ladrillo, bloque, madera y concreto; la decoración y ambientación de las instalaciones serán diseñadas para mantener la armonía con el entorno natural y no alterar el paisaje, por lo mismo se usarán materiales como tejas, paja, caña guadua, troncos de pinos, para tejados y acabados.

Las instalaciones de electricidad, agua, internet, telefonía y tuberías deberán estar correctamente distribuidas y camufladas en las instalaciones internas y externas, las mismas que contarán con su respectiva señalética y materiales de protección.

4.2.3.4. Usos

- **Auditorio:** Su principal uso será para realizar eventos culturales programados, espectáculos nocturnos, conferencias, reuniones administrativas y del personal, y otros eventos similares que requiera la demanda.
- **Oficinas administrativas:** El espacio está destinado para las gestiones administrativas del gerente, contador y asistente.
- **Área de recepción:** En esta área se realizará el *check in* y *check out* de los clientes, además existirá una barra para exhibir y vender souvenirs, snacks y otros artículos, adicionalmente existirá una puesta lateral donde se podrá acceder al área de la piscina.
- **Área de piscina:** Está destinada al disfrute y relajación de los turistas, además se brindará servicio de alimentos y bebidas al contar con una barra de bar y cafetería, también se organizarán eventos.
- **Spa:** Sitio destinado a la relajación del turista en sus tres áreas, el área húmeda está para las instalaciones del sauna, turco e hidromasaje; el área de terapias será para realizar los masajes y el área de estética será para realizar manicure, *pedicure* y *glow up* (maquillaje y peinado).
- **Bodega general:** Se usará para almacenar los requerimientos de todas las áreas, así como maquinas grandes de uso común y otras herramientas, en el bloque contiguo estará un sitio destinado para colocar casilleros para el personal de todas las áreas del resort, baños con duchas y sillas de descanso.
- **Restaurante:** Sitio usado para prestar el servicio de alimentación, se realizarán shows en vivo con distintas temáticas y otros eventos, además, en el área de la cocina se ubicarán espacios adecuados para la preparación de alimentos y almacenamiento de ingredientes, cabe mencionar que la cocina debe abastecer tanto al restaurante como al salón de recepciones.
- **Salón de recepciones:** Lugar adecuado para celebrar distintos eventos sociales y festivos, el servicio contará con alimentación, decoración según el evento, música y más.

- **Cabañas:** Sitios desinados para el descanso y relajación de los huéspedes, serán espacios privados, cerrados, silenciosos, limpios y cómodos para la mayor satisfacción del cliente.

4.2.3.5. Presupuesto

A continuación, se detalla el presupuesto para las construcciones y edificaciones del resort mediante un APU (Análisis de precios unitarios); las edificaciones están clasificadas en sus respectivas áreas, la cantidad se expresa en metros cuadrados, el valor unitario se define por cada metro cuadrado construido y la inversión total es el producto del valor unitario por la cantidad requerida.

Tabla 21-4: Presupuesto de construcciones y edificaciones

| Denominación | Cantidad | Valor unitario | Inversión total |
|----------------------------|--------------------|----------------|----------------------|
| Área comercial | | | |
| Recepción | 10 m ² | \$ 300,00 | \$ 3.000,00 |
| Comedor | 70 m ² | \$ 300,00 | \$ 21.000,00 |
| Área productiva | | | |
| Auditorio | 100 m ² | \$ 300,00 | \$ 30.000,00 |
| Piscina | 40 m ² | \$ 300,00 | \$ 12.000,00 |
| Spa | 30 m ² | \$ 300,00 | \$ 9.000,00 |
| Bodega | 40 m ² | \$ 300,00 | \$ 12.000,00 |
| Cocina | 50 m ² | \$ 300,00 | \$ 15.000,00 |
| Salón de recepciones | 140 m ² | \$ 300,00 | \$ 42.000,00 |
| Cabañas | 190 m ² | \$ 300,00 | \$ 57.000,00 |
| Área administrativa | | | |
| Oficinas | 42 m ² | \$ 300,00 | \$ 12.600,00 |
| TOTAL | | | \$ 213.600,00 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.2.4. Diseño del servicio

4.2.4.1. Alojamiento

Se construirán inicialmente cinco cabañas que contarán con baño privado y chimenea, cabe mencionar que estarán destinadas principalmente para parejas, aunque también se instalarán dos cabañas familiares.

Tabla 22-4: Diseño técnico del alojamiento

| | | |
|--|---|------------------|
| Construcción: Cabañas | | Ficha: 01 |
| Función: Brindar espacios de armonía y descanso con un característico ambiente hogareño inmerso en el entorno natural. | | |
| Descripción: cabañas para el alojamiento construidas de manera individual y conectadas por senderos cortos en un espacio rodeado de árboles para ambientar un pequeño bosque. Cabaña doble: dos camas dobles, baño y chimenea Cabaña triple: tres camas individuales, baño y chimenea Cabaña matrimonial: una cama matrimonial, baño y chimenea Capacidad: 15 personas | | |
| Diseño de la construcción | | |
|  | | |
| Figura 4-4. Propuesta referencial del diseño externo de las cabañas para alojamiento | | |
| Dimensiones: Cabaña doble: 48 m ² , incluido el baño Cabaña triple: 48 m ² , incluido el baño Cabañas matrimoniales: 30 m ² , incluido el baño | Mantenimiento: El interior de las cabañas serán limpiadas y desinfectadas diariamente mientras que la infraestructura exterior será evaluada cada tres meses para aplicar los cambios o reparaciones de ser necesario. | |
| Observaciones: todas las cabañas estarán conectadas por pequeños senderos y las chimeneas del interior serán artificiales. | | |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Diseño de cabaña familiar doble**

La cabaña familiar doble tendrá las siguientes características:

Tabla 23-4: Diseño técnico de la cabaña familiar doble

| | | |
|--|--|------------------|
| Construcción: Cabaña familiar doble | | Ficha: 02 |
| Función: Brindar espacios de armonía y descanso con un característico ambiente hogareño inmerso en el entorno natural, especialmente para grupos familiares o de amigos. | | |
| Descripción: cabaña hogareña y de diseño rustico diseñada para recibir grupos de familias o amigos, cuenta con dos camas dobles, mesas de noche, armario, sillas, mesa, pie de cama, recibidor, cómoda y baño privado con inodoro, lavamanos, ducha doble, muebles de baño, adicionalmente tendrá chimenea y ventanales amplios. Capacidad: 4 personas | | |
| Diseño de la construcción | | |
| | | |
| Figura 5-4. Diseño interior de la cabaña familiar doble | | |
| Dimensiones: 48 m ² , incluido el baño | Mantenimiento: limpieza y desinfección diaria, evaluación de estructura cada 3 meses. | |
| Observaciones: el espacio está disponible para adicionar una cama si el huésped así lo desea. | | |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Diseño de cabaña familiar triple**

La cabaña familiar triple tendrá las siguientes características:

Tabla 24-4: Diseño técnico de la cabaña familiar triple

| | |
|--|---|
| Construcción: Cabaña familiar triple | Ficha: 03 |
| <p>Función: Brindar espacios de armonía y descanso con un característico ambiente hogareño inmerso en el entorno natural, exclusivo para familias o grupos de amigos.</p> | |
| <p>Descripción: la cabaña contará con 3 camas individuales, chimenea, armarios, baño privado con ducha, inodoro y lavamanos, mesas de noche, ventanales amplios, alfombra, sillón, sillas y mesa de centro. Capacidad: 4 personas</p> | |
| <p>Diseño de la construcción</p> | |
| | |
| <p>Figura 6-4. Diseño interior de la cabaña familiar triple</p> | |
| <p>Dimensiones: 48 m², incluido el baño</p> | <p>Mantenimiento: limpieza y desinfección diaria, evaluación de estructura cada 3 meses.</p> |
| <p>Observaciones:</p> | |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Diseño de cabañas matrimoniales**

Las cabañas matrimoniales tendrán las siguientes características:

Tabla 25-4: Diseño de la cabaña matrimonial

| | | |
|---|--|------------------|
| Construcción: Cabaña matrimonial | | Ficha: 04 |
| Función: Brindar espacios de armonía y descanso con un característico ambiente hogareño inmerso en el entorno natural, exclusivo para parejas. | | |
| Descripción: la cabaña contendrá una cama matrimonial, mesas de noche, armario, cómoda, recibidor, mesa de centro, sillas, baño privado con <i>yacuzzi</i> , inodoro, lavamanos y armario de baño, los ventanales serán amplios y la iluminación suficiente y chimenea. Capacidad: 2 personas | | |
| Diseño de la construcción | | |
| | | |
| Figura 7-4. Diseño interior de la cabaña matrimonial | | |
| Dimensiones: 30 m ² , incluido el baño | Mantenimiento: limpieza y desinfección diaria, evaluación de estructura cada 3 meses. | |
| Observaciones: se construirán tres cabañas iguales. | | |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Requerimientos**

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

Tabla 26-4: Requerimientos para el servicio de alojamiento

| Detalle | Cantidad | Valor unitario | Valor total |
|--|----------|----------------|--------------------|
| Maquinaria y equipos | | | |
| Chimenea eléctrica | 5 | \$ 200,00 | \$ 1.000,00 |
| Teléfono | 5 | \$ 25,00 | \$ 125,00 |
| Minibar | 5 | \$ 150,00 | \$ 750,00 |
| Televisor | 5 | \$ 200,00 | \$ 1.000,00 |
| Lámpara de noche | 11 | \$ 20,00 | \$ 220,00 |
| Ducha eléctrica | 5 | \$ 38,00 | \$ 190,00 |
| Muebles y enseres | | | |
| Cama de plaza y media | 3 | \$ 65,00 | \$ 195,00 |
| Cama de dos plazas | 5 | \$ 115,00 | \$ 575,00 |
| Mesa de noche | 9 | \$ 20,00 | \$ 180,00 |
| Armario | 5 | \$ 125,00 | \$ 625,00 |
| Silla | 5 | \$ 45,00 | \$ 225,00 |
| Recibidor | 5 | \$ 50,00 | \$ 250,00 |
| Mesa peinadora | 3 | \$ 120,00 | \$ 360,00 |
| Mesa de centro | 3 | \$ 32,00 | \$ 96,00 |
| Materia prima, materiales e insumos | | | |
| Menaje | | \$ 3.616,00 | \$ 3.616,00 |
| <i>Amenities</i> | | \$ 129,50 | \$ 129,50 |
| TOTAL | | | \$ 9.356,50 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Estándares de calidad mínimos**

- Todas las habitaciones deberán contar con agua caliente, las 24 horas del día, tanto en duchas como en lavabos.
- La grifería deberá tener sistema temporizado.
- Instalaciones rotuladas y señalizadas con materiales que no altere la decoración.
- Limpieza y desinfección diaria.
- Accesos adecuados para personas con discapacidad.
- Internet y televisión pagada en todas las habitaciones.
- Servicio a la habitación.
- Atención en español e inglés.
- *Amenities* personalizados con envases biodegradables y presentes de bienvenida.
- Servicio de despertador a la habitación.

4.2.4.2. Spa

Para las actividades de esparcimiento y relajación se construirá el centro de spa cuya misión será ofrecer instalaciones limpias, seguras y cómodas para brindar la mejor experiencia al huésped con terapias y masajes medicinales, actividades para reducir el estrés y para el cuidado de la piel, cabello y uñas. La siguiente tabla detalla las características de las instalaciones del spa.

Tabla 27-4: Diseño técnico del spa

| | |
|---|--|
| Construcción: Spa | Ficha: 05 |
| <p>Función: Actividades de relajación, estética, belleza y terapias físicas con profesionales calificados y productos de primera calidad</p> | |
| <p>Descripción: El spa tendrá tres áreas bien definidas y diferenciadas, cada una con su equipamiento especial y el personal adecuado.</p> <p>Área húmeda: Sauna, turco, hidromasaje, baños y duchas</p> <p>Área de terapias: Seis salas para masajes</p> <p>Área estética: Sala general con compartimientos para peluquería, manicure y pedicure, maquillaje</p> <p>Capacidad: 30 personas</p> | |
| Diseño de la construcción | |
| | |
| Figura 8-4. Diseño de distribución de espacios para el spa | |
| <p>Dimensiones: Área húmeda: 50 m² Área de terapias: 70 m² Área estética: 21 m²</p> | <p>Mantenimiento: El área húmeda necesitará mantenimientos mensualmente, el área de terapias cada cuatro meses y el área estética cada cuatro meses; la limpieza de estas se realizará diariamente.</p> |

Observaciones: La iluminación será neutra y conforme con la ambientación general, el bloque de spa tendrá un acceso que conecte al área de piscina ubicada en el lateral izquierdo, las reservaciones se realizarán en la recepción general.

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Diseño del área húmeda**

El área húmeda del spa tendrá las siguientes características:

Tabla 28-4: Diseño técnico del área húmeda del spa

| | |
|---|--|
| Construcción: Área húmeda | Ficha: 06 |
| <p>Función: Ofrecer el servicio de sauna, turco, hidromasaje, piscina caliente, duchas y sanitarios con ambientación temática, seguridad y señalética adecuada.</p> | |
| <p>Descripción: el sitio contará con un hidromasaje, una piscina caliente y una piscina polar, además tendrá dos espacios para el sauna y turco, y el espacio para duchas y sanitarios. Capacidad: 16 personas</p> | |
| Diseño de la construcción | |
| | |
| Dimensiones: 50 m ² | Mantenimiento: limpieza y desinfección diaria, evaluación de estructura e instalaciones mensualmente. |
| <p>Observaciones: la decoración e iluminación deberá tener una temática determinada para mantener el ambiente de relajación y silencio.</p> | |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Diseño del área de terapias**

El área de terapias del spa tendrá las siguientes características:

Tabla 29-4: Diseño técnico del área de terapias del spa

| | |
|--|---|
| Construcción: Área de terapias | Ficha: 07 |
| Función: Ofrecer instalaciones para realizar terapias de relajación y masajes en el cuerpo. | |
| Descripción: el sitio contará con seis salas de terapia, tres individuales, dos dobles y una triple; cada sala tendrá armario para aditivos, mesa móvil, estantería y camilla de masajes. Capacidad: 20 personas | |
| Diseño de la construcción | |
| | |
| Dimensiones: 70 m ² | Mantenimiento: limpieza y desinfección diaria, evaluación de estructura e instalaciones cada cuatro meses. |
| Observaciones: esta área estará contigua al área húmeda. | |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Diseño del área estética**

El área estética tendrá las siguientes características:

Tabla 30-4: Diseño técnico del área estética del spa

| | |
|---|---|
| Construcción: Área estética | Ficha: 08 |
| Función: Realizar tratamientos para el cabello y maquillaje, manicure, pedicure. | |
| Descripción: el sitio contará con salón de belleza, mesas para manicure, sillones para pedicure, armarios y estanterías. Capacidad: 16 personas | |
| Diseño de la construcción | |
| <p style="text-align: center;">Figura 11-4. Diseño interior del área estética</p> | |
| Dimensiones: 21 m ² | Mantenimiento: limpieza y desinfección diaria, evaluación de estructura e instalaciones cada cuatro meses. |
| Observaciones: esta área se ubicará contigua al área de terapias. | |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Requerimientos**

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

Tabla 31-4: Requerimientos para el servicio de spa

| Detalle | Cantidad | Valor unitario | Valor total |
|--|----------|----------------|--------------------|
| Maquinaria y equipos | | | |
| Hidromasaje | 1 | \$ 1.500,00 | \$ 1.500,00 |
| Generador de vapor | 1 | \$ 2.100,00 | \$ 2.100,00 |
| Calefactor de sauna | 1 | \$ 940,00 | \$ 940,00 |
| Ducha eléctrica | 3 | \$ 38,00 | \$ 114,00 |
| Calentador de cera | 1 | \$ 25,00 | \$ 25,00 |
| Masajeador eléctrico | 2 | \$ 50,00 | \$ 100,00 |
| Secadora de cabello | 3 | \$ 50,00 | \$ 150,00 |
| Plancha de cabello | 1 | \$ 50,00 | \$ 50,00 |
| Rizadora de cabello | 1 | \$ 25,00 | \$ 25,00 |
| Kit para el cuidado facial | 1 | \$ 20,00 | \$ 20,00 |
| Lámpara UV de manicure | 2 | \$ 12,00 | \$ 24,00 |
| Lámpara de mesa | 2 | \$ 7,00 | \$ 14,00 |
| Masajeador de pies | 1 | \$ 38,00 | \$ 38,00 |
| Máquina de mascarilla facial | 2 | \$ 18,00 | \$ 36,00 |
| Muebles y enseres | | | |
| Camilla de masaje | 10 | \$ 130,00 | \$ 1.300,00 |
| Mesa móvil | 10 | \$ 25,00 | \$ 250,00 |
| Anaqueles | 6 | \$ 85,00 | \$ 510,00 |
| Cómoda | 8 | \$ 85,00 | \$ 680,00 |
| Sillas | 10 | \$ 50,00 | \$ 500,00 |
| Mesa de peluquería | 5 | \$ 150,00 | \$ 750,00 |
| Silla de peluquería | 5 | \$ 130,00 | \$ 650,00 |
| Mesa de manicura | 2 | \$ 90,00 | \$ 180,00 |
| Lavacabeza | 1 | \$ 100,00 | \$ 100,00 |
| Juego de muebles | 1 | \$ 700,00 | \$ 700,00 |
| Materia prima, materiales e insumos | | | |
| Menaje | | \$ 541,00 | \$ 541,00 |
| Insumos | | \$ 661,00 | \$ 661,00 |
| TOTAL | | | \$ 8.613,00 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Estándares de calidad mínimos**

- Limpieza y desinfección diaria.
- Batas de baño para todos los clientes.

- Productos orgánicos de la más alta calidad.
- Mantenimiento de maquinaria e instalaciones mensuales.
- Insonorización de las instalaciones.
- Bebidas o snacks de cortesía.
- Servicio de reserva del establecimiento completo.
- Personalización de instalaciones previa reserva y de acuerdo con el evento.
- Accesos adaptados para personas con discapacidad.
- Personal capacitado y realización de eventos especiales con terapias por temporadas.

4.2.4.3. Sala de recepciones

Para la realización de eventos sociales y festivos se pretende construir un salón de recepciones destinado a cubrir la demanda que requiera de espacios para realizar dichos eventos, el uso de estas instalaciones se realizará solo con reservación previa y contendrá servicios de alimentación, mantelería, vajilla, meseros, decoración y música. La siguiente tabla detalla las características de las instalaciones de dicho espacio.

Tabla 32-4: Diseño técnico del salón de recepciones

| | | |
|---|---|------------------|
| Construcción: Salón de recepciones | | Ficha: 09 |
| Función: Brindar servicio de alimentos y bebidas únicamente en eventos festivos y sociales previa reservación. | | |
| Descripción: el salón tendrá capacidad para 200 personas, contará con un pequeño escenario, barra de bebidas, baños y pista de baile. Capacidad: 200 personas | | |
| Diseño de la construcción | | |
| | | |
| Figura 12-4. Diseño interior del salón de recepciones | | |
| Dimensiones: Salón de recepciones: 160 m ² | Mantenimiento: se realizará la limpieza antes y después de llevarse a cabo los eventos, las instalaciones se evaluarán cada mes. | |
| Observaciones: el costado de la barra estará conectado con la cocina para la distribución de los alimentos. | | |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Requerimientos**

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

Tabla 33-4: Requerimientos para el servicio de organización de eventos

| Detalle | Cantidad | Valor unitario | Valor total |
|--|----------|----------------|--------------------|
| Maquinaria y equipos | | | |
| Frigorífico | 1 | \$ 600,00 | \$ 600,00 |
| Parlantes | 7 | \$ 100,00 | \$ 700,00 |
| Micrófonos | 5 | \$ 15,00 | \$ 75,00 |
| Cámara de humo | 1 | \$ 50,00 | \$ 50,00 |
| Luces laser | 2 | \$ 45,00 | \$ 90,00 |
| <i>Walkie talkie</i> | 5 | \$ 14,00 | \$ 70,00 |
| Muebles y enseres | | | |
| Mesas | 15 | \$ 45,00 | \$ 675,00 |
| Sillas | 200 | \$ 15,00 | \$ 3.000,00 |
| Barra | 1 | \$ 300,00 | \$ 300,00 |
| Materia prima, materiales e insumos | | | |
| Menaje | | \$ 1.575,00 | \$ 1.575,00 |
| Insumos | | \$ 1.870,50 | \$ 1.870,50 |
| TOTAL | | | \$ 9.005,50 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Estándares de calidad mínimos**

- Mesas y sillas con mantelería especializada de acuerdo con el evento.
- Personal uniformado de gala.
- Seguridad por toda la duración del evento.
- Platos especializados de acuerdo con la reserva.
- Decoración temática de acuerdo con el evento.
- Limpieza inmediata durante el evento.
- Iluminación extra en caso de requerirse.
- Accesos adaptados para personas con discapacidad.
- Espectáculo de bartender.
- Entrega de un presente de cortesía.

4.2.4.4. Alimentación

Para el servicio de alimentación se construirá un restaurante que se ubicará contiguo al salón de recepciones, en este sitio se atenderá a los huéspedes registrados en el resort y también a comensales externos, adicionalmente se debe mencionar que esta área tendrá dos bloques destinados para cocina y comedor, la siguiente tabla detalla las características de estas.

Tabla 34-4: Diseño técnico del restaurante

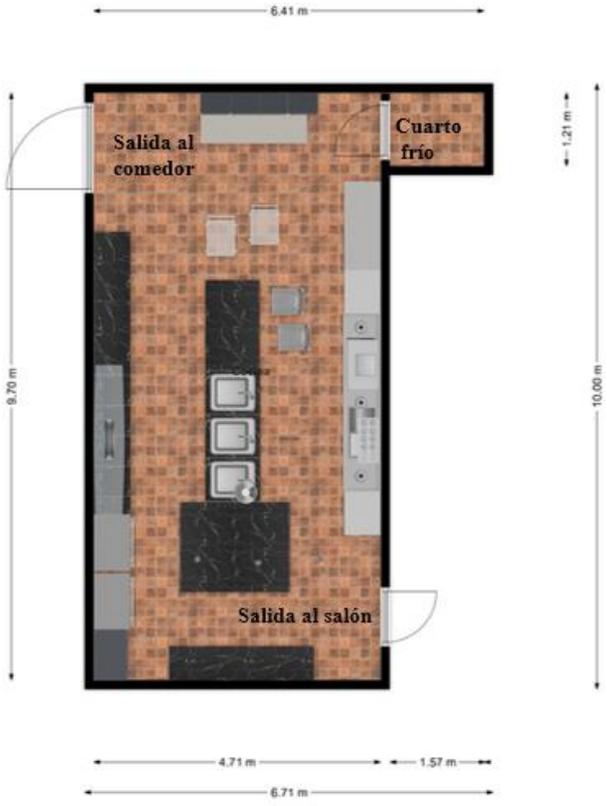
| | | |
|---|---|------------------|
| Construcción: Restaurante | | Ficha: 10 |
| Función: Preparar y comercializar alimentos y bebidas para los comensales del resort y abastecer del servicio al salón de recepciones. | | |
| Descripción: el restaurante tendrá dos secciones, la primera es la cocina y la segunda es para el comedor | | |
| Área de cocina: cocina industrial, lavaplatos, utensilios, electrodomésticos, cuarto frío. | | |
| Área de comedor: mesas y sillas para la clientela, barra, recepción | | |
| Capacidad: 50 personas | | |
| Diseño de la construcción | | |
| | | |
| Figura 13-4. Diseño de distribución de espacios del restaurante | | |
| Dimensiones: Área de cocina: 50 m ² Área de comedor: 70 m ² | Mantenimiento: los espacios serán aseados y desinfectados diariamente, las instalaciones eléctricas y electrodomésticos de evaluarán mensualmente. | |
| Observaciones: el área de cocina estará conectada al salón de recepciones mediante un pasillo interno para poder abastecer a los dos espacios. | | |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Diseño del área de cocina**

El área de cocina tendrá las siguientes características:

Tabla 35-4: Diseño técnico del área de cocina

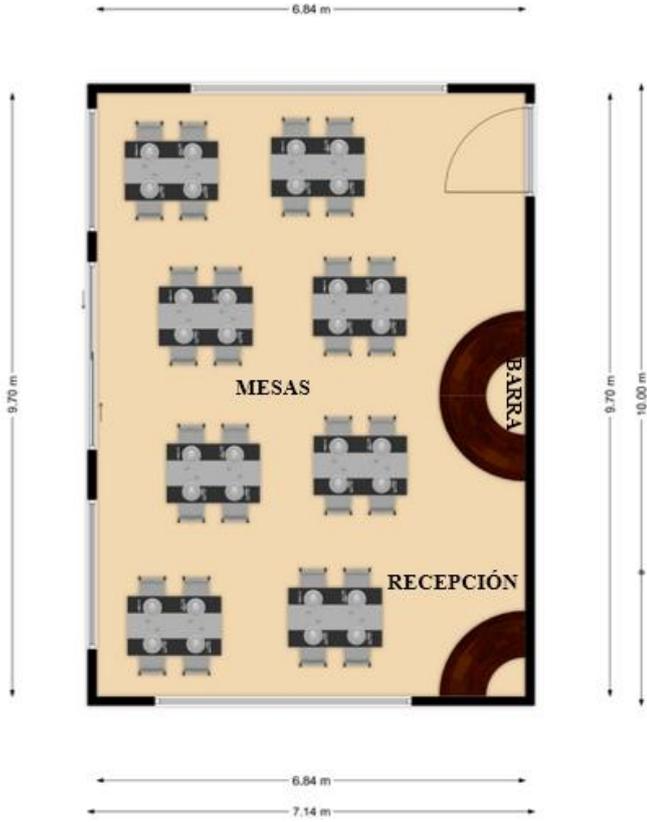
| | |
|---|--|
| Construcción: Cocina | Ficha: 11 |
| Función: Preparar platillos para desayuno, almuerzo, cena y eventos especiales. | |
| Descripción: el sitio contará con cocinas industriales, lavaderos, mesones, extractor de olores, repisas, frigoríficos, horno, mesas de servicio, cuarto frío, bodega y área de <i>mise en place</i> . Capacidad: 10 personas | |
| Diseño de la construcción | |
|  | |
| Figura 14-4. Diseño interior del área de cocina | |
| Dimensiones: 50 m ² | Mantenimiento: limpieza y desinfección diaria, evaluación de estructura e instalaciones mensualmente. |
| Observaciones: esta área se ubicará contigua al área de comedor y tendrá un pasillo que conecte con el salón de recepciones. | |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Diseño del área de comedor**

El área de comedor tendrá las siguientes características:

Tabla 36-4: Diseño técnico del área de comedor

| | |
|--|---|
| Construcción: Comedor | Ficha: 12 |
| <p>Función: Servir platillos a la carta a los comensales, ofrecer música en vivo o shows programados para amenizar el ambiente.</p> | |
| <p>Descripción: el sitio contará con mesas y sillas, mantelería, vajilla y cristalería, barra de bebidas, recepción, acceso. Capacidad: 100 personas</p> | |
| <p>Diseño de la construcción</p> | |
|  <p style="text-align: center;">Figura 15-4. Diseño interior del comedor</p> | |
| <p>Dimensiones: 70 m²</p> | <p>Mantenimiento: limpieza y desinfección diaria, evaluación de estructura e instalaciones cada mes.</p> |
| <p>Observaciones:</p> | |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Requerimientos**

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

Tabla 37-4: Requerimientos para el servicio de alimentación

| Detalle | Cantidad | Valor unitario | Valor total |
|--|----------|----------------|---------------------|
| Maquinaria y equipos | | | |
| Cocina industrial | 1 | \$ 1.500,00 | \$ 1.500,00 |
| Horno | 1 | \$ 280,00 | \$ 280,00 |
| Congelador | 1 | \$ 1.500,00 | \$ 1.500,00 |
| Licuadaora | 3 | \$ 80,00 | \$ 240,00 |
| Batidora industrial | 1 | \$ 400,00 | \$ 400,00 |
| Extractor de olores | 1 | \$ 220,00 | \$ 220,00 |
| Caja registradora | 1 | \$ 50,00 | \$ 50,00 |
| Tablet | 1 | \$ 100,00 | \$ 100,00 |
| Teléfono | 1 | \$ 25,00 | \$ 25,00 |
| Equipo de sonido | 1 | \$ 150,00 | \$ 150,00 |
| Frigorífico | 1 | \$ 500,00 | \$ 500,00 |
| Terminal electrónica POS | 1 | \$ 130,00 | \$ 130,00 |
| Muebles y enseres | | | |
| Mesa móvil | 2 | \$ 125,00 | \$ 250,00 |
| Aparador | 1 | \$ 100,00 | \$ 100,00 |
| Sillas | 4 | \$ 8,00 | \$ 32,00 |
| Mesas | 10 | \$ 35,00 | \$ 350,00 |
| Sillas de comedor | 60 | \$ 8,00 | \$ 480,00 |
| Barra | 1 | \$ 200,00 | \$ 200,00 |
| Vitrina | 1 | \$ 100,00 | \$ 100,00 |
| Materia prima, materiales e insumos | | | |
| Menaje | | \$ 100,00 | \$ 100,00 |
| Materiales | | \$ 1.136,00 | \$ 1.136,00 |
| Materia prima | | \$ 4.849,00 | \$ 4.849,00 |
| TOTAL | | | \$ 12.642,00 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Estándares de calidad mínimos**

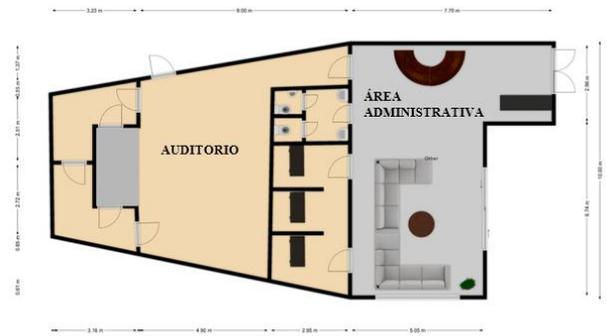
- Instalaciones con acondicionamiento.
- Sanitarios con agua caliente.
- Entrada para clientes y para empleados.
- Salida de emergencia.
- Espacio entre mesas para la movilidad de comensales y meseros.
- Accesos adecuados para personas con discapacidad.
- Menú físico, digital y en sistema braille.

- Servicio de buffet.
- Menú en idioma español e inglés.
- Servicio de especialidades del chef.

4.2.4.5. Entretenimiento y administración

El área administrativa se construirá conjunto con el auditorio, la primera será para la recepción de huéspedes, lobby y tres oficinas administrativas para cualquier gestión de operatividad del resort, contendrá también un acceso para el área de la piscina. Por otro lado, el auditorio será construido para realizar eventos sociales formales o actividades culturales de entretenimiento según sea la programación o bajo reserva. La tabla 31-4 detalla las características de esta área.

Tabla 38-4: Diseño técnico del auditorio y área administrativa

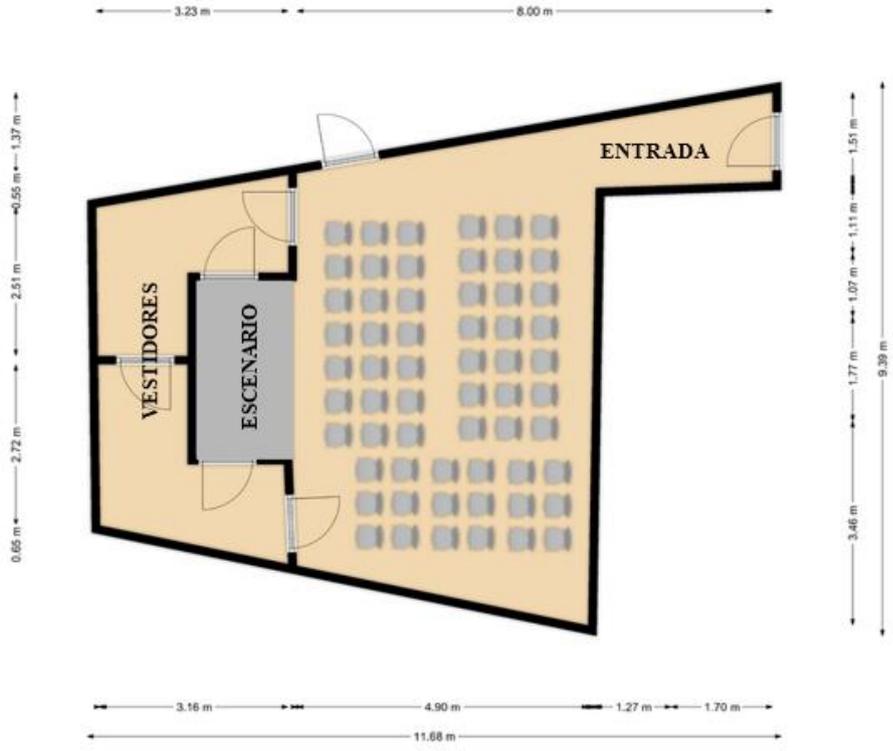
| | | |
|---|--|---|
| Construcción: Auditorio y área administrativa | | Ficha: 13 |
| Función: Recepción y remisión de clientes para todas las áreas del resort, trámites administrativos, eventos culturales y festivos, descanso. | | |
| Descripción: este bloque contendrá el auditorio para realizar eventos formales o de entretenimiento, estará contigua el área administrativa donde se encontrará la recepción, tres oficinas administrativas, lobby, barra de souvenirs y snacks. | | |
| Auditorio: entrada, salida de emergencia, camerinos, escenario | | |
| Área administrativa: baños, oficinas, recepción, barra de souvenirs y snacks, lobby | | |
| Capacidad: 110 personas | | |
| Diseño de la construcción | | |
|  | | |
| Figura 16-4. Diseño de distribución de espacios del área administrativa y auditorio | | |
| Dimensiones: Auditorio: 150 m ² Área administrativa: 80 m ² | | Mantenimiento: las instalaciones se asearán diariamente, el auditorio será evaluado cada tres meses. |
| Observaciones: | | |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Diseño del auditorio**

El auditorio tendrá las siguientes características:

Tabla 39-4: Diseño técnico del auditorio

| | |
|--|--|
| Construcción: Auditorio | Ficha: 14 |
| Función: Realizar eventos formales, conferencias, actividades culturales y ponencias dependiendo el evento programado o reservación. | |
| Descripción: el sitio contará con escenario, dos camerinos, sillas acceso principal y salida de emergencia. Capacidad: 100 personas | |
| Diseño de la construcción | |
|  <p style="text-align: center;">Figura 17-4. Diseño interior del auditorio</p> | |
| Dimensiones: 150 m ² | Mantenimiento: limpieza y desinfección antes y después de los eventos programados, evaluación de estructura e instalaciones cada mes. |
| Observaciones: | |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Diseño del área administrativa**

El área administrativa tendrá las características que se detallan en la tabla siguiente.

Tabla 40-4: Diseño técnico de oficinas administrativas

| | |
|---|--|
| Construcción: Área administrativa | Ficha: 15 |
| Función: Recibir y remitir huéspedes a las instalaciones del resort, realizar gestiones administrativas con el gerente y ofrecer descanso en el lobby. | |
| Descripción: el sitio contará con una barra de recepción, barra de venta de souvenirs y snacks, lobby con sillones cómodos y mesa de centro, tres oficinas administrativas, baños y acceso al área de piscina. Capacidad: 20 personas | |
| Diseño de la construcción | |
|  <p>The diagram shows a floor plan for an administrative area. It includes a central lobby with seating, a reception desk, a souvenir bar, three administrative offices, and a bathroom. Dimensions are provided for various sections: 1.05 m, 1.63 m, 7.70 m, 0.61 m, 3.41 m, 1.62 m, 0.92 m, 0.89 m, 1.53 m, 2.95 m, 5.05 m, 11.10 m, 2.95 m, 8.74 m, 10.00 m, and 2.95 m.</p> | |
| Figura 18-4. Diseño interior del área administrativa | |
| Dimensiones: 80 m ² | Mantenimiento: limpieza y desinfección diaria, evaluación de estructura e instalaciones cada mes. |
| Observaciones: | |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Requerimientos**

Los requerimientos para el auditorio y el área administrativa están detallados en función de la proyección de la demanda objetivo para este servicio, se ha ubicado el detalle, cantidad requerida, valor unitario e inversión total.

Tabla 41-4: Requerimientos para el auditorio y oficinas administrativas

| Detalle | Cantidad | Valor unitario | Valor total |
|--|----------|----------------|---------------------|
| Equipo de computo | | | |
| Computadora | 3 | \$ 300,00 | \$ 900,00 |
| Impresora | 1 | \$ 250,00 | \$ 250,00 |
| Audífonos y micrófonos | 1 | \$ 25,00 | \$ 25,00 |
| Maquinaria y equipos | | | |
| Proyector | 1 | \$ 100,00 | \$ 100,00 |
| Parlantes | 3 | \$ 100,00 | \$ 300,00 |
| Terminal electrónica POS | 1 | \$ 130,00 | \$ 130,00 |
| Teléfono con contestador | 3 | \$ 30,00 | \$ 90,00 |
| Caja registradora | 1 | \$ 50,00 | \$ 50,00 |
| Calculadora | 4 | \$ 10,00 | \$ 40,00 |
| Grapadora | 4 | \$ 1,50 | \$ 6,00 |
| Perforadora | 4 | \$ 1,50 | \$ 6,00 |
| Selladora | 3 | \$ 6,00 | \$ 18,00 |
| Muebles y enseres | | | |
| Sillas | 125 | \$ 8,00 | \$ 1.000,00 |
| Mesa | 2 | \$ 20,00 | \$ 40,00 |
| Podio de pie | 1 | \$ 70,00 | \$ 70,00 |
| Espejo de pared | 2 | \$ 30,00 | \$ 60,00 |
| Silla giratoria | 3 | \$ 80,00 | \$ 240,00 |
| Archivador | 4 | \$ 50,00 | \$ 200,00 |
| Cajonero | 1 | \$ 100,00 | \$ 100,00 |
| Juego de muebles | 1 | \$ 1.000,00 | \$ 1.000,00 |
| Estantería | 2 | \$ 95,00 | \$ 190,00 |
| Cómoda | 2 | \$ 80,00 | \$ 160,00 |
| Escritorio | 2 | \$ 130,00 | \$ 260,00 |
| Silla de espera | 2 | \$ 8,00 | \$ 16,00 |
| Materia prima, materiales e insumos | | | |
| Menaje | | \$ 97,00 | \$ 97,00 |
| Insumos | | \$ 38,50 | \$ 38,50 |
| TOTAL | | | \$ 17.852,50 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Estándares de calidad mínimos**

- Sillas para cualquier tipo de evento.
- Espacio plano y amplio para utilizarse en distintas ocasiones.
- Servicio de meseros.
- Bebidas en los camerinos.
- Limpieza y desinfección antes y después del uso de las instalaciones.
- Iluminación en techo, piso y paredes.
- Profesionales calificados para la atención al cliente.
- Personal uniformado.
- Protocolos de bienvenida y despedida de clientes.
- Acompañamiento de clientes hacia las distintas instalaciones.

4.2.4.6. Bodega

El área de la bodega general está destinada para almacenar productos y *amenities*, indumentaria y máquinas para el mantenimiento y abastecimiento de todas las áreas e instalaciones del resort, adicionalmente, se ubicarán espacios para colocar casilleros, vestidores, baños y duchas para el personal del resort.

Tabla 42-4: Diseño técnico de la bodega general y área del personal

| | |
|---|------------------|
| Construcción: Bodega general y vestidores | Ficha: 16 |
| Función: Almacenar los insumos, indumentaria y maquinaria para abastecer las distintas áreas del resort; además un bloque para ubicar casilleros y vestidores para el personal. | |
| Descripción: el bloque tendrá dos compartimientos, el primero será la bodega general y el segundo será el área del personal donde se ubicarán casilleros, baños y ducha. | |
| Bodega: repisas, plataformas, portón grande | |
| Área de personal: casilleros, comedor, baños | |
| Capacidad: 25 personas | |
| Diseño de la construcción | |

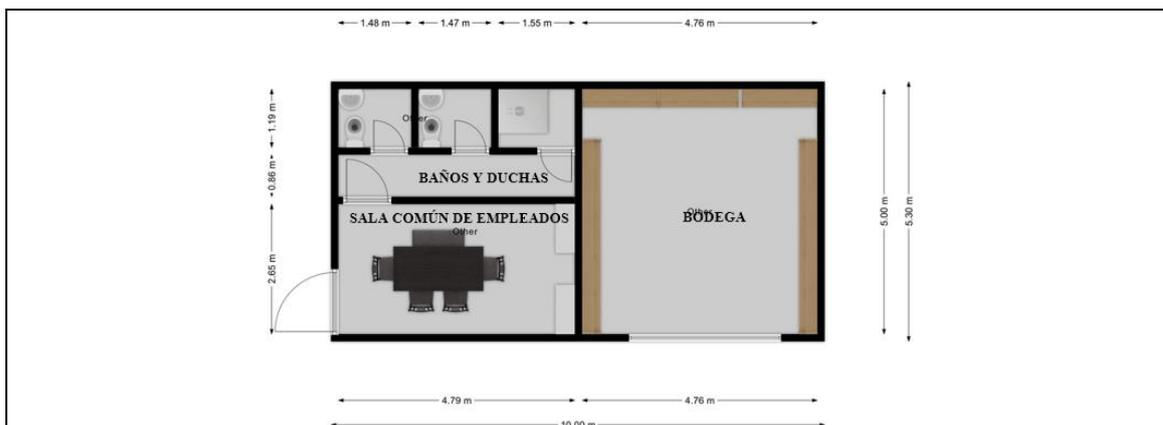


Figura 19-4. Diseño interior de la bodega general y área de personal

| | |
|--|---|
| <p>Dimensiones: Bodega: 25 m² Área de personal: 25 m²</p> | <p>Mantenimiento: este bloque será evaluado cada seis meses.</p> |
| <p>Observaciones:</p> | |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Requerimientos**

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

Tabla 43-4: Requerimientos para la bodega y el área del personal

| Detalle | Cantidad | Valor unitario | Valor total |
|-----------------------------|----------|----------------|--------------------|
| Maquinaria y equipos | | | |
| Podadora | 1 | \$ 45,00 | \$ 45,00 |
| Aspiradora | 2 | \$ 130,00 | \$ 260,00 |
| Abrillantadora | 2 | \$ 135,00 | \$ 270,00 |
| Taladro | 1 | \$ 50,00 | \$ 50,00 |
| Amoladora | 1 | \$ 100,00 | \$ 100,00 |
| Cafetera | 1 | \$ 30,00 | \$ 30,00 |
| Ducha eléctrica | 1 | \$ 38,00 | \$ 38,00 |
| Radio | 1 | \$ 10,00 | \$ 10,00 |
| Muebles y enseres | | | |
| Bloque de casilleros | 2 | \$ 250,00 | \$ 500,00 |
| Juego de comedor | 1 | \$ 300,00 | \$ 300,00 |
| Banca | 1 | \$ 15,00 | \$ 15,00 |
| TOTAL | | | \$ 1.618,00 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Estándares de calidad mínimos**

- Casilleros con llave personal.
- Duchas y lavabos con agua caliente.
- Puerta con cerradura especializada para el acceso de personal.
- Techo alto, pisos de concreto y estanterías fijadas a la pared.
- Equipo de protección personal para el encargado de bodega.
- Compartimientos especiales para colocar insumos según clasificación.
- Señalética y rotulación de insumos adecuados.
- Mantener siempre la puerta cerrada.
- Manejar correctamente formatos de requerimientos.
- Mantener instalaciones limpias y uniformes adicionales en caso de accidentes.

4.2.4.7. Piscina

El área de la piscina estará ubicada junto al bloque del spa, este sitio contará con una piscina con espacio para adultos y niños, se ubicará una barra para bar y cafetería con sus respectivas mesas y sillas para comensales, así como sillas y parasoles.

Tabla 44-4: Diseño técnico del área de piscina

| | |
|--|--|
| Construcción: Piscina | Ficha: 17 |
| <p>Función: Actividades de relajación y diversión, alimentos y bebidas, entretenimiento.</p> | |
| <p>Descripción: el área de piscina contendrá una piscina don compartimiento para niños, barra de bar cafetería, mesas y sillas, parasoles.</p> | |
| <p>Piscina: gradas de acceso, espacio para niños, iluminación y sonido Capacidad: 40 personas</p> | |
| <p>Diseño de la construcción</p> | |
| <p>El diagrama muestra un plano de planta de un área de piscina rectangular. En el centro hay una piscina azul con un borde gris. A la izquierda superior hay un bar (BAR) y varias mesas (MESAS) con sillas. A la derecha superior hay tres parasoles (PARASOLES). En la parte inferior hay dos plantas verdes. Dimensiones: el ancho total del área es de 8.80 m, el ancho de la piscina es de 9.80 m, y el largo total es de 11.00 m. Hay una escala vertical de 0.00 a 11.00 m a la izquierda y otra de 0.00 a 11.00 m a la derecha.</p> | |
| <p>Figura 20-4. Diseño del área de piscina</p> | |
| <p>Dimensiones: Piscina: 30 m²</p> | <p>Mantenimiento: se realizará el mantenimiento de las instalaciones cada dos semanas, la limpieza será diaria.</p> |
| <p>Observaciones: los espacios serán constantemente adecuados para la realización de actividades programadas.</p> | |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Requerimientos**

Los requerimientos para el área de piscina están detallados en función de la proyección de la demanda objetivo para este servicio, se ha ubicado el detalle, cantidad requerida, valor unitario e inversión total.

Tabla 45-4: Requerimientos para el área de piscina

| Detalle | Cantidad | Valor unitario | Valor total |
|--|----------|----------------|--------------------|
| Maquinaria y equipos | | | |
| Máquina de cappuccino | 1 | \$ 350,00 | \$ 350,00 |
| Licuadaora | 2 | \$ 80,00 | \$ 160,00 |
| Frigorífico | 1 | \$ 600,00 | \$ 600,00 |
| Cocina | 1 | \$ 300,00 | \$ 300,00 |
| Cafetera | 1 | \$ 30,00 | \$ 30,00 |
| Muebles y enseres | | | |
| Tumbonas para piscina | 3 | \$ 125,00 | \$ 375,00 |
| Juego de mesa y silla | 3 | \$ 80,00 | \$ 240,00 |
| Taburetes | 4 | \$ 30,00 | \$ 120,00 |
| Anaqueles | 2 | \$ 100,00 | \$ 200,00 |
| Materia prima, materiales e insumos | | | |
| Insumos | | \$ 155,50 | \$ 155,50 |
| TOTAL | | | \$ 2.530,50 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Estándares de calidad mínimos**

- Limpieza y desinfección diaria de la piscina y bordes.
- Sillas con parasol y mesa para bebidas.
- Ambientación con sonidos o aromas.
- Adecuación de instalaciones para realización de eventos.
- Servicio de toallas y sandalias adicionales.
- Servicio de salvavidas.
- Cocteles de cortesía.
- Acompañamiento a niños.
- Servicio de *amenities* adicionales.
- Iluminación en el interior de la piscina.

4.2.5. *Diseño de actividades*

Las actividades que se realicen en el establecimiento pueden comprender un atractivo adicional del resort para la demanda; la diversidad de temáticas aplicadas en esas actividades debe buscar ajustarse a los intereses de los huéspedes y garantizar el disfrute, entretenimiento y relajación de estos.

El resort debe contar con actividades lúdico – deportivas, culturales, físico deportivas y educativas en los diferentes espacios instalados para estos fines, a continuación, se detallan las actividades que se planean realizar.

4.2.5.1. Lúdico – deportivas

Este tipo de actividades están directamente relacionadas con el comportamiento humano y la convivencia del mismo con sus iguales ya que con las actividades que se planifican bajo esa temática buscan colocar al individuo en situaciones de compartir con otros, enseñar alegría al momento de practicarlas, demostrar cierto tipo de torpezas sin miedo a ser descubierto, cambio de roles y muchas otras situaciones que se prestan para mantener un buen clima de cooperación y compañerismo (Domínguez, 2015: p.9).

Desde un enfoque turístico, las actividades lúdicas ayudan a amenizar la comunicación entre el conjunto de turistas y el prestador de servicios permitiendo una evolución cognitiva, comunicativa, efectiva y social del grupo humano. Este tipo de fines, buscan desembocar en el desarrollo de un lazo de confianza y fidelidad entre el turista y el prestador. Bajo ese contexto, se propone la siguiente actividad lúdico – deportiva a ser realizada en el resort.

Tabla 46-4: Actividad lúdico – deportiva

| | |
|--|---|
| Actividad: | Gincana |
| Tipo: | Lúdico – deportiva |
| Materiales/recursos: | Fichas de acero, concha spondylus, caja de madera, antifaz, juguetes, harina, caramelos, sillas, crema chantillí, platos desechables, parlante, micrófonos. |
| Descripción de la actividad: | |
| <p>La gincana se organizará para un grupo máximo de 15 personas. Esta actividad contendrá 5 juegos que buscan entretener, divertir y amenizar las relaciones entre los huéspedes. Al final de la ronda de juegos se contabilizará los puntos alcanzados y el ganador obtendrá un premio sorpresa. Los juegos por realizarse son:</p> <p>El mojado: cada miembro del equipo debe buscar un objeto sumergido en el fondo de la piscina en un tiempo de 2 minutos, el equipo que más objetos saque gana 2 puntos.</p> <p>Encuentra la reliquia: el equipo debe buscar la reliquia perdida siguiendo las instrucciones del mapa que le entregará en un tiempo máximo de 10 minutos, el equipo ganador obtendrá 2 puntos.</p> <p>¿Que hay en la caja?: una persona de cada equipo debe cubrirse los ojos mientras el resto del equipo debe describir el objeto que está en la caja, el objetivo es adivinar el objeto del que se habla en un tiempo máximo de 3 minutos, el equipo que más objetos adivine gana 2 puntos.</p> | |

Dulce o truco: se dibujarán 3 rayuelas y al final se ubicará una mesa con una caja llena de harina y dulces en el interior, el equipo debe pasar uno a uno por la rayuela hasta la mesa y sacar un dulce de la caja, pero sin usar las manos, el equipo que más dulces saque gana 2 puntos.

Sillas musicales: se colocará una fila de sillas una menos al total de participantes, el representante del equipo que quede al final gana 2 puntos.

Los equipos deben estar formados por 3 personas, se les entregará todos los materiales y equipo de protección.

Instalaciones: Áreas verdes, piscina

Presupuesto:

| Detalle | Cantidad | Precio unitario | Inversión total |
|-------------------------------|----------|-----------------|------------------|
| Fichas de acero | 25 | \$ 2,00 | \$ 50,00 |
| Concha spondylus | 5 | \$ 20,00 | \$ 100,00 |
| Caja de madera | 5 | \$ 2,50 | \$ 12,50 |
| Antifaz | 10 | \$ 1,00 | \$ 10,00 |
| Juguetes | 25 | \$ 0,50 | \$ 12,50 |
| Libra de harina | 8 | \$ 0,50 | \$ 4,00 |
| Funda de caramelos | 3 | \$ 1,25 | \$ 3,75 |
| Crema chantillí | 10 | \$ 1,45 | \$ 14,50 |
| Paquete de platos desechables | 2 | \$ 1,50 | \$ 3,00 |
| Sillas | 14 | \$ 3,00 | \$ 42,00 |
| TOTAL | | | \$ 252,25 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.2.5.2. *Culturales*

Este conjunto de actividades tiene como finalidad estimular la participación y el conocimiento de la audiencia sobre ciertos saberes y tradiciones de grupos humanos diferentes entre sí. Las acciones que están enmarcadas en este proceso tienen enfoques educativo, social y cultural centrados en la creación de espacios de dinamización sociocultural sin olvidar el fomento y difusión cultural y el acceso de la ciudadanía a dichas actividades (Monclús, 2014: p.11).

Las actividades culturales formarán parte de la oferta de actividades del resort, para lo cual se propone una noche cultural destinada a crear el espacio de compartimiento, participación y conocimiento sobre tradiciones culturales del país.

Tabla 47-4: Actividad cultural

| | | | |
|--|--|------------------------|------------------------|
| Actividad: | Noche cultural | | |
| Tipo: | Cultural | | |
| Materiales/recursos: | Grupos de danza, conjuntos musicales, proyector, micrófono, parlante, sillas, volantes, afiches. | | |
| Descripción de la actividad: | | | |
| El evento se realizará con la participación de distintas agrupaciones de música y danza del país, miembros de pueblos y nacionalidades del Ecuador y otros, el programa comprenderá la representación de tradiciones nacionales y tendrá el objetivo de compartir la cosmovisión de las distintas etnias del país. Las actividades planeadas deberán incluir la participación de algunas personas de la audiencia para amenizar el evento. | | | |
| Instalaciones: | Auditorio | | |
| Presupuesto: | | | |
| Detalle | Cantidad | Precio unitario | Inversión total |
| Grupo de danza | 1 | \$ 80,00 | \$ 80,00 |
| Grupo musical | 1 | \$ 100,00 | \$ 100,00 |
| Cantante | 2 | \$ 50,00 | \$ 100,00 |
| Certificados | 4 | \$ 1,50 | \$ 6,00 |
| TOTAL | | | \$ 286,00 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.2.5.3. Físico – deportivas

Las actividades físico-deportivas son el desarrollo de movimientos corporales que exigen el gasto de energía del cuerpo, los beneficios de estas actividades son diversas e función del contexto de salud de cada persona, pero, de modo general la actividad física combate con la ansiedad, depresión, reduce el riesgo de demencia y promueve la función cognitiva del ser humano (Perea Caballero et al. 2019: p.9).

Bajo ese contexto, en el resort se pretende implementar la actividad denominada yoga acuático o acuayoga es la práctica de ejercicios de yoga, pero en el agua, esta actividad permite el desarrollo motriz y cognitivo de las personas de manera individual y colectiva, la combinación de beneficios del yoga y del agua busca devolver a la persona a su centro y permitirle un espacio de enfoque sobre el tiempo y espacio de su existencia además que contribuye con su salud física (Ardila y Huérfano, 2018: p.21).

Tabla 48-4: Actividad físico – deportiva

| | | | |
|---|--|------------------------|------------------------|
| Actividad: | Yoga acuático | | |
| Tipo: | Físico – deportiva | | |
| Materiales: | Flotadores redondos, gorros de natación, visores de natación, orejeras, micrófono, parlante, sirios, instructor de yoga, bocadillos. | | |
| Insumos: | | | |
| Descripción de la actividad: | | | |
| Esta actividad será nocturna y en la piscina, la actividad será dirigida para 12 personas y tendrá una duración de 45 minutos, la piscina será calentada y se encenderán las luces internas de la piscina, terminada la sesión se servirán bocadillos especiales. | | | |
| Instalaciones: | Piscina | | |
| Presupuesto: | | | |
| Detalle | Cantidad | Precio unitario | Inversión total |
| Flotadores redondos | 12 | \$ 1,00 | \$ 12,00 |
| Gorros de natación | 12 | \$ 1,00 | \$ 12,00 |
| Visores de natación | 12 | \$ 7,00 | \$ 84,00 |
| Orejeras | 12 | \$ 1,50 | \$ 18,00 |
| Velas | 50 | \$ 0,50 | \$ 25,00 |
| Instructor | 3 | \$ 35,00 | \$105,00 |
| TOTAL | | | \$ 256,00 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.2.5.4. Educativas

Para las actividades educativas se pretende crear espacios de difusión de conocimientos sobre técnicas ancestrales de elaboración de alguna artesanía u otra actividad patrimonial, por ejemplo, las típicas alfombras de Guano, con esto se propiciará la participación del turista en la creación de espacios para la dinamización de la cultura local.

Tabla 49-4: Actividad educativa

| | |
|---|---|
| Actividad: | Demostración del tejido de alfombras de Guano |
| Tipo: | Educativa |
| Materiales/recursos: | Artesano tejedor, telar pequeño, lana, souvenir |
| Descripción de la actividad: | |
| Los artesanos maestros del tejido deberán impartir charlas y demostraciones sobre el arte del tejido de alfombras, en el mismo se dispondrá de elementos que ayuden a llevar a cabo dicha actividad, permitiendo a los participantes ser parte de la elaboración de este artículo mientras conocen la importancia social, económica y cultural del mismo. | |

| | | | |
|-----------------------|-----------------|------------------------|------------------------|
| Instalaciones: | Auditorio | | |
| Presupuesto: | | | |
| Detalle | Cantidad | Precio unitario | Inversión total |
| Artesano tejedor | 1 | \$ 200,00 | \$ 200,00 |
| Telar pequeño | 5 | \$ 150,00 | \$ 750,00 |
| Lana | 15 | \$ 1,25 | \$ 18,75 |
| Souvenir | 25 | \$ 3,00 | \$ 75,00 |
| TOTAL | | | \$ 1.043,75 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.2.6. *Empaquetamiento de servicios*

Para la comercialización de los servicios del resort se han diseñado paquetes turísticos que incluyen la ocupación de todas las instalaciones de los establecimientos combinados con la realización de actividades para el disfrute de la clientela.

Los paquetes propuestos llevan el nombre de fenómenos luminosos naturales y cuentan con un rango de precios proporcionales al número de pax que se pretende captar, de ese modo se detallan los siguientes paquetes de estancia corta con sus detalles de costos correspondientes:

Tabla 50-4: Paquete halo solar

| | |
|----------------------------|---|
| Nombre del paquete: | Halo solar |
| Duración: | 5 horas |
| Carácter: | Entretenimiento y relajación |
| Actividades: | Gincana |
| | Masaje de piedras calientes |
| | Limpieza facial |
| | Almuerzo |
| Precio: | \$ 54,00 |
| Incluye: | Transfer de regreso |
| No incluye: | Servicios y productos adicionales requeridos por el cliente |
| Observaciones: | |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Tabla 51-4: Costos del paquete halo solar

| Paquete: | Halo solar | | Rango de pax | | | |
|----------------------------------|-------------------|---------------|---------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Detalle de costos | Cantidad | Precio | 2 | 4 | 8 | 10 |
| Costos generales | | | | | | |
| Gincana | 1 | \$ 7,00 | \$ 7,00 | \$ 7,00 | \$ 7,00 | \$ 7,00 |
| Transfer de regreso | 1 | \$ 13,00 | \$ 13,00 | \$ 13,00 | \$ 13,00 | \$ 13,00 |
| Total costos generales | | | \$ 20,00 | \$ 20,00 | \$ 20,00 | \$ 20,00 |
| Costos individuales | | | | | | |
| Masaje de piedras calientes | 1 | \$ 6,00 | \$ 6,00 | \$ 6,00 | \$ 6,00 | \$ 6,00 |
| Limpieza facial | 1 | \$ 7,00 | \$ 7,00 | \$ 7,00 | \$ 7,00 | \$ 7,00 |
| Almuerzo | 1 | \$ 6,00 | \$ 6,00 | \$ 6,00 | \$ 6,00 | \$ 6,00 |
| Total costos individuales | | | \$ 19,00 | \$ 19,00 | \$ 19,00 | \$ 19,00 |
| Costo por pax | | | \$ 29,00 | \$ 24,00 | \$ 21,50 | \$ 21,00 |
| Gastos | | | | | | |
| Gastos administrativos | 10% | | \$ 2,90 | \$ 2,40 | \$ 2,15 | \$ 2,10 |
| Gastos de depreciación | 5% | | \$ 1,45 | \$ 1,20 | \$ 1,08 | \$ 1,05 |
| Gasto de ventas | 5% | | \$ 1,45 | \$ 1,20 | \$ 1,08 | \$ 1,05 |
| Total de gastos | | | \$ 5,80 | \$ 4,80 | \$ 4,30 | \$ 4,20 |
| Total costos y gastos | | | \$ 34,80 | \$ 28,80 | \$ 25,80 | \$ 25,20 |
| Utilidad | 25% | | \$ 38,40 | \$ 34,40 | \$ 33,60 | \$ 33,60 |
| Impuestos IVA | 12% | | \$ 5,57 | \$ 4,61 | \$ 4,13 | \$ 4,03 |
| PRECIO DE VENTA | | | \$ 51,97 | \$ 43,01 | \$ 38,53 | \$ 37,63 |
| | | | \$ 54,00 | \$ 45,00 | \$ 41,00 | \$ 39,00 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Tabla 52-4: Paquete noctilucente

| | |
|----------------------------|---|
| Nombre del paquete: | Noctilucente |
| Duración: | 6 horas |
| Carácter: | Entretenimiento y belleza |
| Actividades: | Almuerzo |
| | <i>Glow Up</i> |
| | Noche cultural |
| | Cena |
| Precio: | \$ 70,00 |
| Incluye: | Transfer de regreso |
| No incluye: | Servicios y productos adicionales requeridos por el cliente |
| Observaciones: | |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Tabla 53-4: Costos del paquete noctilucente

| Paquete: | Noctilucente | | Rango de pax | | | |
|----------------------------------|-----------------|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Detalle de costos | Cantidad | Precio | 2 | 4 | 8 | 10 |
| Costos generales | | | | | | |
| Noche cultural | 1 | \$ 14,00 | \$ 14,00 | \$ 14,00 | \$ 14,00 | \$ 14,00 |
| Transfer de regreso | 1 | \$ 13,00 | \$ 13,00 | \$ 13,00 | \$ 13,00 | \$ 13,00 |
| Total costos generales | | | \$ 27,00 | \$ 27,00 | \$ 27,00 | \$ 27,00 |
| Costos individuales | | | | | | |
| Glow up | 1 | \$ 12,00 | \$ 12,00 | \$ 12,00 | \$ 12,00 | \$ 12,00 |
| Almuerzo | 1 | \$ 7,00 | \$ 7,00 | \$ 7,00 | \$ 7,00 | \$ 7,00 |
| Cena | 1 | \$ 5,00 | \$ 5,00 | \$ 5,00 | \$ 5,00 | \$ 5,00 |
| Total costos individuales | | | \$ 24,00 | \$ 24,00 | \$ 24,00 | \$ 24,00 |
| Costo por pax | | | \$ 37,50 | \$ 30,75 | \$ 27,38 | \$ 26,70 |
| Gastos | | | | | | |
| Gastos administrativos | 10% | | \$ 3,75 | \$ 3,08 | \$ 2,74 | \$ 2,67 |
| Gastos de depreciación | 5% | | \$ 1,88 | \$ 1,54 | \$ 1,37 | \$ 1,34 |
| Gasto de ventas | 5% | | \$ 1,88 | \$ 1,54 | \$ 1,37 | \$ 1,34 |
| Total de gastos | | | \$ 7,50 | \$ 6,15 | \$ 5,48 | \$ 5,34 |
| Total costos y gastos | | | \$ 45,00 | \$ 36,90 | \$ 32,85 | \$ 32,04 |
| Utilidad | 25% | | \$ 49,20 | \$ 43,80 | \$ 42,72 | \$ 59,04 |
| Impuestos IVA | 12% | | \$ 7,20 | \$ 5,90 | \$ 5,26 | \$ 5,13 |
| PRECIO DE VENTA | | | \$ 67,20 | \$ 55,10 | \$ 49,06 | \$ 47,85 |
| | | | \$ 70,00 | \$ 58,00 | \$ 51,00 | \$ 49,00 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Tabla 54-4: Paquete arrebol

| | |
|----------------------------|---|
| Nombre del paquete: | Arrebol |
| Duración: | 7 horas |
| Carácter: | Belleza y relajación |
| Actividades: | Taller de tejido |
| | Almuerzo |
| | Manicure y pedicure |
| | Yoga acuático |
| | Cena |
| Precio: | \$ 93,00 |
| Incluye: | Transfer de regreso |
| No incluye: | Servicios y productos adicionales requeridos por el cliente |
| Observaciones: | |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Tabla 55-4: Costos del paquete arrebol

| Paquete: | Arrebol | | Rango de pax | | | |
|----------------------------------|-----------------|---------------|---------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Detalle de costos | Cantidad | Precio | 2 | 4 | 8 | 10 |
| Costos generales | | | | | | |
| Taller de tejido | 1 | \$ 15,00 | \$ 15,00 | \$ 15,00 | \$ 15,00 | \$ 15,00 |
| Yoga acuático | 1 | \$ 6,00 | \$ 6,00 | \$ 6,00 | \$ 6,00 | \$ 6,00 |
| Transfer de regreso | 1 | \$ 13,00 | \$ 13,00 | \$ 13,00 | \$ 13,00 | \$ 13,00 |
| Total costos generales | | | \$ 34,00 | \$ 34,00 | \$ 34,00 | \$ 34,00 |
| Costos individuales | | | | | | |
| Manicure | 1 | \$ 11,00 | \$ 11,00 | \$ 11,00 | \$ 11,00 | \$ 11,00 |
| Pedicure | 1 | \$ 11,00 | \$ 11,00 | \$ 11,00 | \$ 11,00 | \$ 11,00 |
| Almuerzo | 1 | \$ 7,00 | \$ 7,00 | \$ 7,00 | \$ 7,00 | \$ 7,00 |
| Cena | 1 | \$ 5,00 | \$ 5,00 | \$ 5,00 | \$ 5,00 | \$ 5,00 |
| Total costos individuales | | | \$ 34,00 | \$ 34,00 | \$ 34,00 | \$ 34,00 |
| Costo por pax | | | \$ 51,00 | \$ 42,50 | \$ 38,25 | \$ 37,40 |
| Gastos | | | | | | |
| Gastos administrativos | 10% | | \$ 5,10 | \$ 4,25 | \$ 3,83 | \$ 3,74 |
| Gastos de depreciación | 5% | | \$ 2,55 | \$ 2,13 | \$ 1,91 | \$ 1,87 |
| Gasto de ventas | 5% | | \$ 2,55 | \$ 2,13 | \$ 1,91 | \$ 1,87 |
| Total de gastos | | | \$ 10,20 | \$ 8,50 | \$ 7,65 | \$ 7,48 |
| Total costos y gastos | | | \$ 61,20 | \$ 51,00 | \$ 45,90 | \$ 44,88 |
| Utilidad | 25% | | \$ 81,60 | \$ 68,00 | \$ 61,20 | \$ 59,84 |
| Impuestos IVA | 12% | | \$ 9,79 | \$ 8,16 | \$ 7,34 | \$ 7,18 |
| PRECIO DE VENTA | | | \$ 91,39 | \$ 76,16 | \$ 68,54 | \$ 67,02 |
| | | | \$ 93,00 | \$ 78,00 | \$ 72,00 | \$ 69,00 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Tabla 56-4: Paquete auroras

| | |
|----------------------------|--|
| Nombre del paquete: | Auroras |
| Duración: | 4 horas |
| Carácter: | Belleza y relajación |
| Actividades: | Desayuno |
| | Aromaterapia |
| | Masaje con piedras calientes |
| | Limpieza facial |
| Precio: | \$ 55,00 |
| Incluye: | Transfer de regreso |
| No incluye: | Servicios y productos adicionales requeridos por el cliente |
| Observaciones: | El horario será a elección del cliente La comida principal es desayuno, almuerzo o cena |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Tabla 57-4: Costos del paquete auroras

| Paquete: | Auroras | | Rango de pax | | | |
|----------------------------------|-----------------|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Detalle de costos | Cantidad | Precio | 2 | 4 | 8 | 10 |
| Costos generales | | | | | | |
| Transfer de regreso | 1 | \$ 13,00 | \$ 13,00 | \$ 13,00 | \$ 13,00 | \$ 13,00 |
| Total costos generales | | | \$ 13,00 | \$ 13,00 | \$ 13,00 | \$ 13,00 |
| Costos individuales | | | | | | |
| Desayuno | 1 | \$ 4,00 | \$ 4,00 | \$ 4,00 | \$ 4,00 | \$ 4,00 |
| Masaje con piedras calientes | 1 | \$ 6,00 | \$ 6,00 | \$ 6,00 | \$ 6,00 | \$ 6,00 |
| Limpieza facial | 1 | \$ 7,00 | \$ 7,00 | \$ 7,00 | \$ 7,00 | \$ 7,00 |
| Aromaterapia | 1 | \$ 6,00 | \$ 6,00 | \$ 6,00 | \$ 6,00 | \$ 6,00 |
| Total costos individuales | | | \$ 23,00 | \$ 23,00 | \$ 23,00 | \$ 23,00 |
| Costo por pax | | | \$ 29,50 | \$ 26,25 | \$ 24,63 | \$ 24,30 |
| Gastos | | | | | | |
| Gastos administrativos | 10% | | \$ 2,95 | \$ 2,63 | \$ 2,46 | \$ 2,43 |
| Gastos de depreciación | 5% | | \$ 1,48 | \$ 1,31 | \$ 1,23 | \$ 1,22 |
| Gasto de ventas | 5% | | \$ 1,48 | \$ 1,31 | \$ 1,23 | \$ 1,22 |
| Total de gastos | | | \$ 5,90 | \$ 5,25 | \$ 4,93 | \$ 4,86 |
| Total costos y gastos | | | \$ 35,40 | \$ 31,50 | \$ 29,55 | \$ 29,16 |
| Utilidad | 25% | | \$ 47,20 | \$ 42,00 | \$ 39,40 | \$ 38,88 |
| Impuestos IVA | 12% | | \$ 5,66 | \$ 5,04 | \$ 4,73 | \$ 4,67 |
| PRECIO DE VENTA | | | \$ 52,86 | \$ 47,04 | \$ 44,13 | \$ 43,55 |
| | | | \$ 55,00 | \$ 52,00 | \$ 49,00 | \$ 46,00 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Tabla 58-4: Paquete arcoíris

| | |
|----------------------------|--|
| Nombre del paquete: | Arcoíris |
| Duración: | 4 horas |
| Carácter: | Belleza y relajación |
| Actividades: | Manicure + pedicure |
| | <i>Glow Up</i> |
| | Comida principal |
| Precio: | \$ 86,00 |
| Incluye: | Transfer de regreso |
| No incluye: | Servicios y productos adicionales requeridos por el cliente |
| Observaciones: | El horario será a elección del cliente La comida principal es desayuno, almuerzo o cena |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Tabla 59-4: Costo del paquete arcoíris

| Paquete: | Arcoíris | | Rango de pax | | | |
|----------------------------------|-----------------|---------------|---------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Detalle de costos | Cantidad | Precio | 2 | 4 | 8 | 10 |
| Costos generales | | | | | | |
| Transfer de regreso | 1 | \$ 13,00 | \$ 13,00 | \$ 13,00 | \$ 13,00 | \$ 13,00 |
| Total costos generales | | | \$ 13,00 | \$ 13,00 | \$ 13,00 | \$ 13,00 |
| Costos individuales | | | | | | |
| Manicure | 1 | \$ 11,00 | \$ 11,00 | \$ 11,00 | \$ 11,00 | \$ 11,00 |
| Pedicure | 1 | \$ 11,00 | \$ 11,00 | \$ 11,00 | \$ 11,00 | \$ 11,00 |
| <i>Glow up</i> | 1 | \$ 12,00 | \$ 12,00 | \$ 12,00 | \$ 12,00 | \$ 12,00 |
| Comida | 1 | \$ 6,00 | \$ 6,00 | \$ 6,00 | \$ 6,00 | \$ 6,00 |
| Total costos individuales | | | \$ 40,00 | \$ 40,00 | \$ 40,00 | \$ 40,00 |
| Costo por pax | | | \$ 46,50 | \$ 43,25 | \$ 41,63 | \$ 41,30 |
| Gastos | | | | | | |
| Gastos administrativos | 10% | | \$ 4,65 | \$ 4,33 | \$ 4,16 | \$ 4,13 |
| Gastos de depreciación | 5% | | \$ 2,33 | \$ 2,16 | \$ 2,08 | \$ 2,07 |
| Gasto de ventas | 5% | | \$ 2,33 | \$ 2,16 | \$ 2,08 | \$ 2,07 |
| Total de gastos | | | \$ 9,30 | \$ 8,65 | \$ 8,33 | \$ 8,26 |
| Total costos y gastos | | | \$ 55,80 | \$ 51,90 | \$ 49,95 | \$ 49,56 |
| Utilidad | 25% | | \$ 74,40 | \$ 69,20 | \$ 66,60 | \$ 66,08 |
| Impuestos IVA | 12% | | \$ 8,93 | \$ 8,30 | \$ 7,99 | \$ 7,93 |
| PRECIO DE VENTA | | | \$ 83,33 | \$ 77,50 | \$ 74,59 | \$ 74,01 |
| | | | \$ 86,00 | \$ 81,00 | \$ 78,00 | \$ 76,00 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.3. Estrategias de comunicación de mercado y comercialización

Las estrategias de comercialización se plantean para lograr posicionar el nuevo producto en el mercado consigo con el fin de aumentar ventas y alcanzar una efectiva participación en el mercado turístico para lo cual se proponen las siguientes estrategias bajo el principio de las 4C del *marketing*.

Tabla 60-4: Canales de comercialización

| Tipo | Canales | Funcionalidad | Target |
|-----------|---|---|--|
| Directo | Sistema de reserva personalizado del resort, venta directa en el establecimiento, participación en ferias locales y nacionales. | Venta de los servicios del resort, acceso a la información sobre la operatividad | Demanda local Turistas nacionales |
| Indirecto | Tripadvisor, Booking, Airbnb, GoRaymi, Kaytrek Ecuador, operadoras turísticas y agencias de viajes. | Difundir del resort en plataformas digitales de conocimiento mundial para tener la oportunidad de preferencia sobre otros establecimientos. Alianzas con operadoras y agencias para la inclusión del establecimiento en sus tour o programas de viaje. | Demanda local Turistas nacionales y extranjeros |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.3.3. Estrategias dirigidas al cliente o consumidor

Para crear un entorno amigable con los clientes se necesita tomar en cuenta las opiniones de este sobre las actividades y servicios que se ofrecerán en el resort, de modo que estas se ajusten lo más posible a las necesidades y deseos de la demanda para lograr fidelizarlos con la empresa, por tanto, se propone las siguientes estrategias:

- Realizar encuestas por redes sociales para recolectar opiniones sobre las experiencias del cliente.
- Llevar a cabo un seguimiento post venta enviando formularios para recoger información sobre el servicio recibido.
- Enviar a los correos personales de los huéspedes tarjetas de felicitación en fechas especiales con el objetivo de recordarle la experiencia en el establecimiento.
- Mantener siempre abiertos y disponibles los canales de comunicación para atender cualquier duda del cliente.
- Colocar vallas publicitarias con información relevante y mensajes que animen a visitar el establecimiento.
- Mantener interacción constante en redes sociales.
- Incluir en los itinerarios actividades que llamen a la conciencia ambiental y cultural del país.
- Brindar un trato preferencial a clientes de grupos vulnerables.

- Integrar la imagen y oferta del resort en sitios de promoción turística internacional para poder captar nuevos segmentos de mercado.
- Ajustar los paquetes según la preferencia de los clientes en caso de necesitar reformarlo.

4.3.4. Estrategias de comunicación

Para la comunicación con el cliente se usarán varios medios temáticos con el fin de que llegue al mayor número de personas posible, en primer lugar, se ha diseñado la imagen oficial del resort que contiene elementos y colores específicos para diferenciar el establecimiento de otros similares en el mercado.

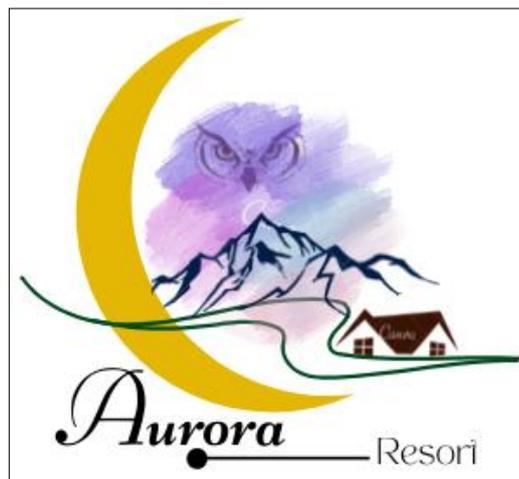


Figura 21-4. Imagen oficial del establecimiento

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Elementos:

- **Luna naciente:** hace referencia a la excelente vista nocturna que se aprecia desde el territorio de estudio.
- **Búho:** se lo ha colocado ya que en el sitio de estudio y sus alrededores hay gran cantidad de estas especies.
- **Aurora:** hace referencia a los colores que se visualizan en el amanecer y atardecer desde el sitio de estudio.
- **Nevado:** se coloca debido a que está rodeado de nevados y volcanes como El Altar, Tungurahua, Carihuayrazo y Chimborazo.
- **Casa:** hace referencia a la construcción de resort en el entorno natural.
- **Onda:** la onda quiere transmitir la presencia de suelo con vegetación en el sitio.

Colores:

- **Amarillo:** representa el color de la luna en sus distintas fases.
- **Verde oscuro:** representa la presencia de vegetación y la productividad en los suelos circundantes al resort.
- **Azul:** representa el clima frío característico del sitio por la presencia de los nevados.
- **Café:** representa la antigüedad, serenidad y armonía que se podrá sentir en el resort.
- **Negro:** representa la elegancia y formalidad en la operatividad de la empresa.
- **Escala de morados:** representa el dinamismo y belleza de la naturaleza y el producto visual al ojo humano.

Seguidamente se proponen los sitios de difusión de la marca del resort.

Tabla 61-4: Medios de difusión

| Medio | Descripción | Funcionalidad | Target |
|----------|------------------------------|--|--|
| Internet | Página web oficial | La página web tendrá el objetivo de dar a conocer la oferta de servicios del resort, contendrá opciones para visualizar información general, fotografías de instalaciones en 3D, menú de restaurante, precios del spa, opción para reservas y espacios para preguntas, comentarios y vínculos de las redes sociales oficiales. | Turistas locales, nacionales y extranjeros mayormente joven – adulta con tendencia a la utilización constante de redes sociales y páginas de internet. |
| | Página comercial en Facebook | La red social Facebook se creará para publicitar el resort a todo tipo de usuarios, contendrá fotografías del establecimiento, promoción de eventos programados, encuestas de opinión, y se compartirá contenido importante relacionado con turismo a nivel cantonal y/o provincial. | |
| | <i>WhatsApp business</i> | La aplicación WhatsApp resulta muy útil al momento de ponerse en contacto directo entre el servidor y el cliente por lo que la cuenta tendrá el objetivo de promocionar y vender los paquetes establecidos y mantener una relación más personal con el cliente. | |
| | Instagram | La red social Instagram es muy útil para promocionar el establecimiento por las instalaciones ya que se publicarán imágenes y videos cortos de eventos, trato a clientes y mucho más siempre enfocando a la belleza decorativa del resort. | |

| Medio | Descripción | Funcionalidad | Target |
|----------|----------------------|---|---|
| Visual | Vallas publicitarias | Se colocarán vallas que contengan la imagen del resort, números de contacto, ubicación y mensajes que animen a la visita en las vías principales de entrada y salida hacia Quito, Guayaquil y Cuenca, y otras más pequeñas en el centro de Riobamba, Guano y en la vía principal de acceso al resort. | Turistas locales y nacionales de toda edad con tendencia a realizar viajes por rutas terrestres y usar medios de comunicación convencionales. |
| | Anuncio en TV | Se pagará la realización de un comercial para publicarlo en alguna televisora local o nacional y también subirlo a redes sociales. | |
| Auditivo | Cuña radial | Se pagará la realización de un comercial auditivo para colocar en radios locales y nacionales. | Turistas locales y nacionales de toda edad con tendencia a usar medios de comunicación convencionales |
| Souvenir | Lápices | Se imprimirá la imagen del resort en los lápices y llaveros para ser entregados a los clientes que consumen servicios del resort | Turistas que consumen los servicios del resort |
| | Llaveros | | |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Tabla 62-4: Gastos de promoción y publicidad

| Detalle | Cantidad | Valor unitario | Valor total |
|-------------------------------|----------|----------------|--------------------|
| Promoción y publicidad | | | |
| Página web | 1 | \$ 150,00 | \$ 150,00 |
| Página de Facebook | 1 | \$ 5,00 | \$ 5,00 |
| Vallas publicitarias | 4 | \$ 300,00 | \$ 1.200,00 |
| Anuncio en radio | 3 | \$ 5,00 | \$ 15,00 |
| Lápices | 100 | \$ 0,25 | \$ 25,00 |
| Llaveros | 100 | \$ 0,70 | \$ 70,00 |
| TOTAL | | | \$ 1.465,00 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.3.5. Estrategias de conveniencia

Para las estrategias de conveniencia se pretende crear lazos comerciales con establecimientos similares, instituciones públicas afines a la actividad e instituciones de educación como:

- **Hosterías y Hoteles Quindeloma, Abraspungo y La Andaluza:** se mantendrán conversaciones para concluir en la cooperación entre establecimientos debido a la similitud

de oferta, promocionando los establecimientos entre sí y apoyándose uno en el otro en caso de tener necesidades que el otro puede satisfacer.

- **Ministerio de Turismo:** se realizarán gestiones para tener acceso a beneficios como capacitaciones, participación en eventos patrocinados, inclusión en guías nacionales de alojamiento, inclusión en promoción turística nacional y más.
- **Asociación hotelera de Chimborazo:** se analizará la petición de incluir el establecimiento como miembro de la asociación con el fin de unir esfuerzos y realizar gestiones particulares en beneficio del sector de alojamiento turístico en la provincia.
- **ESPOCH y UNACH:** siendo las Instituciones de Educación Superior más reconocidas y prestigiosas de la provincia se buscará el modo de mantener convenios para captar estudiantes que realicen prácticas preprofesionales y trabajos de integración curricular dentro del establecimiento de modo que la operatividad del resort se mantenga en constante evaluación y mejora además de que se podrían posicionar como un nuevo segmento de mercado con interés educativo.

4.3.6. Estrategias de costo

Para el costo de proponen las siguientes estrategias:

- **Promociones:** las promociones serán llamativas para los clientes ya que tendrán la opción de ahorrar cierta cantidad de dinero por lo que se puede ofertar la reducción del 5% del precio de venta si consume los servicios del bar – cafetería del área de piscina, 2 x 1 en bebidas los días soleados, un tratamiento en el spa gratis si reserva alojamiento por medio de la página web, una orden de consumo en el restaurante gratis si comparte contenido del resort en redes sociales.
- **Días de descuento:** se establecerán días de locura para el consumo tanto el habitaciones, restaurante, spa y salón de eventos donde se reducirán los precios entre el 2% y 5%, los días de feriados nacionales tendrán descuentos hasta el 10% en servicios seleccionados dependiendo de la representatividad de la fecha, se realizarán descuentos personalizados por cumpleaños. Todo en medida que la situación económico-financiera de la empresa lo permita.
- **Pases de cortesía:** se analizará la recurrencia de los clientes para identificar aquellos clientes fieles y otorgarles pases de cortesía para consumir gratis en el bar – cafetería del área de

piscina, de igual manera con los clientes que cumplan años el día de la visita se otorgará un pase para el spa, cuando se realice un evento en el salón de recepciones se entregará dos pases de cortesía para el alojamiento por una noche en una habitación matrimonial.

- **Sorteos:** se realizarán sorteos en redes sociales y también de forma presencial en el resort para ofrecer pases de cortesía o descuentos en servicios seleccionados en ciertas épocas del año.

4.4. Estudio de viabilidad socioambiental

El estudio de viabilidad ambiental para la implementación del resort aplica la metodología causa – efecto de Lázaro Lagos. Se determina que son 19 los posibles impactos socioambientales que se provocarían causando afectaciones a los recursos: aire, agua, suelo, flora y fauna, paisaje y el factor socioeconómico. Los mismos fueron evaluados y cuantificados para obtener un valor sobre los impactos positivos y negativos, los resultados se muestran en la tabla siguiente.

Tabla 63-4: Evaluación de impactos socioambientales

| Componentes | Actividades | | | | | | | | Impactos | Criterios De Evaluación | | | | | | | | | |
|--------------------|---|-----------------------|----------------------------|--------------------|------------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|---|--|-------------------------|----------|-------------|---------|------|----------------|----------|--------------------|------------------------------|-------------|
| | 1. Construcción y mejora de infraestructura y facilidades | 2. Manejo de desechos | 3. Servicio de alojamiento | 4. Servicio de spa | 5. Servicio de alimentos y bebidas | 6. Actividades de entretenimiento | 7. Flujo vehicular constante | 8. Implementación de parcelas agrícolas | | Naturaleza | Magnitud | Importancia | Certeza | Tipo | Reversibilidad | Duración | Tiempo en aparecer | Consideración en el proyecto | Ponderación |
| A. Aire | x | | | | | x | x | | Emisión de ruido | (-) | 2 | 2 | D | Pr | 2 | 2 | C | No | 8 |
| | | x | | | | | | | Emisión de gases de efecto invernadero | (-) | 1 | 2 | I | Sc | 1 | 2 | M | No | 5 |
| | x | | | | | | x | | Generación de polvo | (-) | 1 | 2 | D | Sc | 1 | 2 | M | Si | 5 |
| | x | x | | x | x | | | | Generación de olores | (-) | 1 | 2 | D | Pr | 1 | 1 | M | Si | 4 |
| B. Agua | | x | x | x | x | | | | Generación de aguas grises | (-) | 2 | 2 | C | Pr | 2 | 3 | M | Si | 9 |
| | x | x | x | x | x | x | | x | Incremento del consumo de agua | (-) | 2 | 3 | C | Pr | 1 | 3 | C | Si | 10 |
| C. Suelo | x | | | | | | x | | Cambio de uso de suelo | (-) | 1 | 2 | C | Pr | 1 | 3 | C | Si | 6 |
| | x | | | | | | x | | Compactación del suelo | (-) | 1 | 2 | C | Pr | 1 | 3 | M | No | 6 |
| D. Flora y fauna | x | | | | | x | x | | Perturbación a las especies | (-) | 2 | 3 | C | Sc | 1 | 3 | M | Si | 10 |
| | | | | x | x | | | x | Recolección de especies de flora | (-) | 1 | 2 | C | Pr | 1 | 3 | C | Si | 6 |
| | | | | | | | | x | Cuidado de la flora y fauna | (+) | 2 | 3 | D | Pr | 2 | 3 | M | Si | 11 |
| E. Paisaje | | | x | x | | | | | Deterioro de atractivos por visitas | (-) | 1 | 2 | D | Pr | 2 | 3 | L | Si | 7 |
| | | | x | x | | | | x | Impacto visual positivo | (+) | 2 | 2 | D | Pr | 2 | 3 | M | Si | 9 |
| F. Socio económico | x | | x | x | x | | | | Generación de oportunidades de trabajo | (+) | 2 | 3 | C | Pr | 2 | 3 | C | Si | 11 |
| | | | x | x | x | x | x | x | Ingresos económicos | (+) | 2 | 3 | C | Pr | 2 | 3 | C | Si | 11 |
| | | | x | x | x | x | x | x | Intercambio cultural | (+) | 2 | 3 | C | Pr | 2 | 3 | M | Si | 11 |
| | | | x | x | | | x | | Creación de actividades comerciales alternativas | (+) | 2 | 3 | D | Pr | 2 | 3 | M | No | 11 |
| | | | x | x | x | x | | x | Aumento de turismo en la zona | (+) | 2 | 3 | C | Pr | 2 | 3 | C | Si | 11 |
| | | | x | | | | | x | Apreciación y respeto por la naturaleza | (+) | 2 | 3 | C | Pr | 2 | 3 | C | Si | 11 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Tabla 64-4: Cuantificación de impactos socioambientales

| Componentes Ambientales | Actividades | | | | | | | | Total | | TOTAL |
|-------------------------|-------------|-----------|---------------------------|-----------------------|-------------------|------------|------------|-------------------|------------|------------|------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | Total (+) | Total (-) | |
| A. Aire | -8, -5, -4 | -5, -4 | | -4 | -4 | -8 | -8, -5 | | | | 55 |
| B. Agua | -10 | -9, -10 | -9, -10 | -9, -10 | -9, -10 | -10 | | -10 | | | 106 |
| C. Suelo | -6, -6 | | | | | | -6, -6 | | | | 24 |
| D. Flora y fauna | -10 | | | -6 | -6 | -10 | -10 | -6, 11 | 11 | 48 | |
| E. Paisaje | | | -7, 9 | -7, 9 | | | | 9 | 27 | 14 | |
| F. Socio económico | 11 | | 11, 11, 11, 11, 11, 11 | 11, 11, 11, 11, 11 | 11, 11, 11, 11 | 11, 11, 11 | 11, 11, 11 | 11, 11, 11, 11 | 286 | | |
| Total (+) | 11 | | 75 | 64 | 44 | 33 | 33 | 64 | 324 | | |
| Total (-) | 49 | 28 | 26 | 36 | 29 | 28 | 35 | 16 | | 247 | |
| Total | | | | | | | | | | | 571 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Después de analizar minuciosamente los potenciales impactos que generará la implementación del resort se llega a la siguiente conclusión: el valor total de impactos es de 571 de los cuales 324 corresponden a impactos positivos, mientras que, 247 corresponden a impactos negativos lo cual es favorable ya que el impacto positivo es mayor que el negativo.

Según los resultados obtenidos, los componentes que más se verán afectados de forma negativa son el aire, agua y flora y fauna debido a la naturaleza operativa del establecimiento ya que el sitio empezará a recibir un constante flujo de demanda que además lo harán en medios de transporte, para algunas actividades a realizarse en el spa se ha evidenciado que se perturbará en algún modo la flora circundante ya que se utilizarán algunas especies de plantas medicinales para los tratamientos, en el componente fauna se considera que la población de búhos (*Athene cunicularia*) que habitan el sitio se verán desplazados por el avance de la construcción de sitio.

Por otro lado, se evidencia que el componente socio económico es el que mayor impacto positivo presentará con la implementación del proyecto, esto debido a que se crearán fuentes de trabajo para las personas del sector además que el flujo turístico realzará la importancia de este y ayudará a dinamizar la economía local. A continuación, en la siguiente tabla se detalla el plan de manejo ambiental para minimizar los impactos negativos y potencializar los impactos positivos.

Tabla 65-4: Plan de manejo ambiental

| Componente | Impacto | Propuesta de manejo | Responsable | Requerimientos | Presupuesto |
|---------------|--------------------------------------|--|--------------------------|--|-------------|
| Aire | Generación de olores | Instalar sistemas de depuración de olores en todos los espacios internos del resort y mantener en constante ventilación los lugares cerrados. | Técnico de mantenimiento | Sistema de depuración de olores Ventiladores | \$ 1.300,00 |
| Agua | Incremento del consumo de agua | Implementar sanitarios ecológicos que ayudan a la reducción del consumo de agua en todos los cuartos de baño de todas las instalaciones al igual que grifos con temporizador en los lavabos. | Equipo de construcción | Sanitarios ecológicos Grifos con temporizador | \$ 5.000,00 |
| Suelo | Cambio de uso de suelo | Realizar donaciones económicas a organizaciones ambientales que ayuden a la reforestación de la naturaleza. Organizar un evento de plantación de árboles dirigido a los clientes y empleados del resort. | Equipo administrativo | Plantas Cheque de donación | \$ 1.000,00 |
| Flora y fauna | Perturbación a las especies de fauna | Evitar el acceso de personas al bosque donde habitan los búhos (<i>Athene cunicularia</i>) e inspeccionar el terreno para colocar cercas de protección en caso de encontrar madrigueras en el área de construcción para poder reubicarlos. | Licenciado/a en turismo | Rótulos de precaución Estacas Cadenas | \$ 1.000,00 |
| | Recolección de especies de flora | Sembrar en las áreas verdes del resort las plantas que se requieran para los tratamientos del spa como decoración para evitar sustraer especies que se encuentran es estado silvestre. | Técnico de mantenimiento | Plantas Tijeras de jardinero Azadón | \$ 500,00 |

| Componente | Impacto | Propuesta de manejo | Responsable | Requerimientos | Presupuesto |
|----------------|-----------------------------------|--|-------------------------|---|--------------------|
| | Protección de flora y fauna | Diseñar guiones interpretativos y señalética de concientización sobre la importancia del cuidado de la naturaleza para socializar en las actividades programas del establecimiento. | Licenciado/a en Turismo | Guión interpretativo Rótulos de señalética | \$ 500,00 |
| Socioeconómico | Generación de ingresos económicos | Incentivar y colaborar en eventos o cooperaciones que se realicen en la comunidad con el fin de realzar el nombre de la misma y que se generen movimientos económicos. | Gerente | Organización de reuniones | \$ 75,00 |
| | Intercambio cultural | Organizar la campaña “Nuestras manos” dirigida a los pobladores de la comunidad con el objetivo de realizar artesanías u otros objetos similares y exhibirlos en el resort como decoración u otros al mismo tiempo que puedan socializarlos de manera directa con los huéspedes. | Administrador y gerente | Auditorio Sistema de sonido Animador Cámara fotográfica Anaquel de exhibición | \$ 200,00 |
| TOTAL | | | | | \$ 9.575,00 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022

4.5. Estudio de la viabilidad legal – administrativa

4.5.3. Estudio legal

El análisis de la legislación de un estado ayuda a regular las actividades de las sociedades manteniendo el principio de equidad, justicia y legitimidad en la vida, por tanto, al ser el presente un proyecto que busca darse a conocer tanto nacional como internacionalmente, es indispensable que se rija a la legislación ecuatoriana competente a su actividad, por ello, se analizan los siguientes cuerpos legales que justifican la implementación del establecimiento.

Tabla 66-4: Análisis del marco legal

| Denominación del instrumento | Artículos analizados | Correspondencia |
|---|--------------------------------|---|
| Constitución de la República del Ecuador 2008 | Art. 24, 66, 83, 227, 381, 383 | Las personas tienen derecho al tiempo libre, ocio y descanso, así como la responsabilidad de cuidar los derechos de las demás personas y de la naturaleza, ampliación de condiciones físicas, sociales y de esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad, en adición, el gobierno nacional del Ecuador reconoció la actividad turística como una política de estado dirigida al buen vivir por su aportación en generación de empleo, ingreso de divisas, inclusión social etc., por tanto, la implementación del resort es viable ya que garantiza dichas responsabilidades y derechos, además se menciona también el derecho a la libertad de desarrollar actividades económicas de forma colectiva o individual siempre manteniendo principios de solidaridad y responsabilidad socioambiental. |
| Código Ético Mundial para el Turismo | Art. 1, 2, 5, 7, 9 | Aquí se establece que las actividades turísticas deben realizarse en armonía bilateral con el entorno de la comunidad receptora y los gustos y expectativas del turista para llevar a cabo una actividad efectiva. Así mismo se establece que los profesionales e inversores en turismo deben evaluar el impacto de los proyectos a implementar para no alterar el entorno en sus varias características. Los proyectos turísticos responden a la necesidad universal de tiempo libre, descanso y limitación de trabajo. |
| Ley Orgánica de Emprendimientos e Innovación | Art. 1, 2, 44 | La implementación del proyecto se constituye como una actividad de carácter privado vinculado al desarrollo e innovación con antigüedad menos a cinco años y que generará recursos para cubrir una necesidad generando utilidades y desarrollo. El establecimiento cumplirá con las disposiciones sobre contratación de personal con sus respectivos derechos, obligaciones, beneficios de ley y demás disposiciones que se establezcan por parte de la administración. |

| Denominación del instrumento | Artículos analizados | Correspondencia |
|-------------------------------------|------------------------------|---|
| Ley de Turismo | Art. 3, 4, 5, 8, 9, 15 | El estado reconoce que la actividad turística puede ser ejercida por personas naturales o jurídicas que contribuyan con inversión propia al sector, los mismos que pueden ofrecer servicios de alojamiento, alimentos y bebidas y más. Para poder iniciar con la operación del establecimiento es necesario obtener el registro de turismo, licencia anual de funcionamiento, otorgados tanto por el MINTUR como por el GAD cantonal competente. El ente rector de la actividad debe fomentar todo tipo de turismo y ejecutar proyectos con sectores privados para el desarrollo. |
| Reglamento de Alojamiento Turístico | Art. 4, 6, 7, 12, 13, 14, 18 | El establecimiento estará denominado bajo la clasificación de Resort de categoría 4 estrellas que estará obligado a contar con instalaciones amplias, seguras, cómodas y limpias según sea el requerimiento de su categoría y clasificación, así como también de personal calificado para otorgar atención al cliente de calidad, cumplir con lo ofrecido al cliente y denunciar faltas a la operatividad; para el registro oficial es obligatorio contar con nombramiento del representante legal, Registro Único de Contribuyentes (RUC), documentos personales del representante, certificado de gravámenes, inventario valorado de activos fijos, pago del impuesto uno por mil, registro del nombre comercial debidamente verificado con la autoridad competente. Para iniciar la construcción se debe contar con la autorización del GAD competente, de igual manera en caso de requerir adecuaciones con el fin de controlar que la acción no altere la categorización otorgada. |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

En función de lo analizado anteriormente se determina viable constituir el establecimiento de alojamiento turístico ubicado en la comunidad El Cisne, parroquia el Rosario del cantón Guano en la provincia de Chimborazo como un resort de categoría 4 estrellas, registrado legalmente como tal en el Ministerio de Turismo del Ecuador siendo parte de las organizaciones del sector privado representado como persona natural de propiedad privada y sujeto a los derechos y obligaciones correspondientes a su naturaleza operativa.

- **Procedimiento para el registro de turismo**

- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC), para persona natural.
- Cédula de identidad o ciudadanía y papeleta de votación, de la persona natural.
- Certificado de gravamen, debidamente legalizado ante la Autoridad competente.
- Inventario valorado de activos fijos de la empresa bajo la responsabilidad del propietario.

- Pago del uno por mil sobre el valor de los activos fijos.
- Para el uso del nombre comercial, el establecimiento de alojamiento deberá cumplir con las disposiciones de la Ley de Propiedad Intelectual y la normativa aplicable en esta materia. Deberá verificarse el resultado de la búsqueda fonética.
- Para el registro oficial se debe acceder al sitio virtual de la autoridad nacional de turismo y seguir los pasos correspondientes para obtener la validación en base a inspección del mismo organismo.

- **Procedimiento de obtención de la LUAF**

- Pago del impuesto predial.
- Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto a la renta correspondiente.
- 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 exhibirlo en un lugar que sea visible para el huésped.

4.5.4. Estudio administrativo

4.5.4.1. Organigrama estructural

La estructura de gestión del establecimiento es fundamental para la mantener organizadas y ordenadas las actividades de cada área interna del resort y que la atención al cliente sea efectiva, rápida y de calidad, por tanto, se plantea la siguiente distribución estructural.

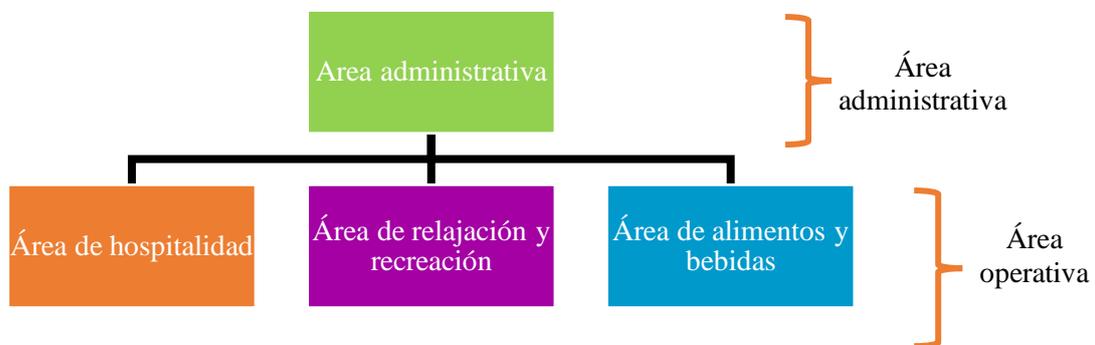


Gráfico 1 – 4. Organigrama estructural

Realizado por: Gusqui, P., 2022

El área administrativa será el eje central y coordinador de las demás áreas ya que en ella se encontrarán laborando los altos directivos del establecimiento encargados del manejo, control, regulación y evaluación de todas las operaciones de la empresa.

En el siguiente rango estará el área de hospitalidad encargada de coordinar netamente las operaciones del servicio de alojamiento, reportar las condiciones de las instalaciones, requerimientos faltantes, preparación de propuestas de mejora continua, manejo del personal correspondiente entre otras.

El área de relajación y recreación está destinado a coordinar las actividades que se realicen en las instalaciones del spa, piscina y actividades recreativas, reportar condiciones de las instalaciones, manejo del personal, organización de actividades, control de la atención al cliente, evaluación del desenvolvimiento del personal, entre otras.

El área de alimentos y bebidas coordinará la prestación de servicios de restauración y actividades que se realicen en el restaurante y el salón de recepciones, ejerce control sobre el manejo de alimentos, organización de eventos, reservaciones, reportes sobre requerimientos, personal y más funciones propias del área.

4.5.4.2. Organigrama funcional

De igual manera cada área definida tendrá un encargado o supervisor quien tendrá que reportar los resultados de la operatividad de su área delegada al gerente o administrador general y en función de ello estructurar las planificaciones adecuadas para el establecimiento.

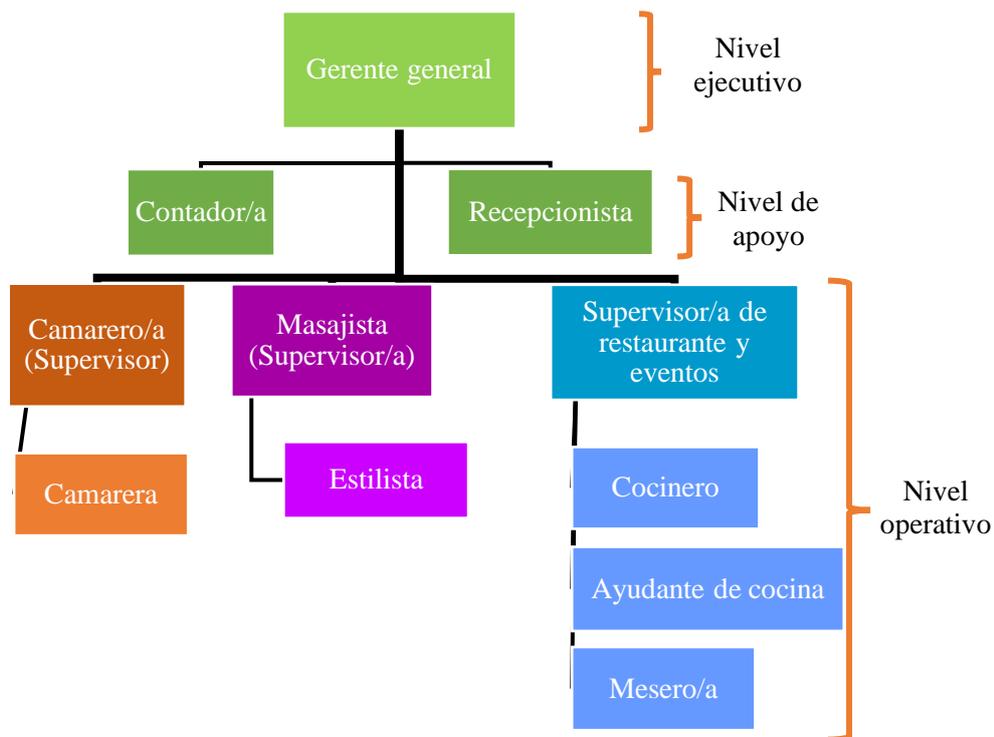


Gráfico 2 – 4. Organigrama funcional

Realizado por: Gusqui, P., 2022

4.5.4.3. Manual de funciones

Las funciones mínimas de los encargados de cada área son las siguientes:

Tabla 67-4: Funciones de los supervisores de áreas

| Cargo | Funciones |
|------------------------|--|
| Gerente general | <ul style="list-style-type: none"> - Planificar, organizar y supervisar todas las actividades de la empresa. - Administrar los recursos del establecimiento. - Coordinar las acciones de las partes que componen el establecimiento. - Conducción estratégica de la organización. - Ser líder a nivel interno y portavoz de la empresa al externo de la empresa. - Tomar decisiones críticas sobre la operatividad de la empresa. - Crear alianzas estratégicas con instituciones competentes y establecimientos similares. - Coordinar actividades de capacitación del personal. - Recibir visitantes y otorgarles información requerida siempre en la medida que se permita. - Organizar y dirigir reuniones con el personal. - Diseñar y llevar a cabo actividades de promoción y comercialización de los servicios del establecimiento. - Recolectar contactos de proveedores específicos para abastecer las instalaciones del hotel. - Realizar evaluaciones y recorridos de rutina en todas las |

| Cargo | Funciones |
|---|--|
| | instalaciones del establecimiento. <ul style="list-style-type: none"> - Monitorizar las expectativas y reacciones del consumidor. - Supervisar los presupuestos e inversiones. - Diseñar propuestas de innovación, adecuación y remodelación de las instalaciones y actividades del establecimiento. - Socializar la misión, visión, objetivos y reglamento interno del establecimiento con el personal. |
| Supervisor/a del área de hospitalidad | <ul style="list-style-type: none"> - Coordinar el proceso de recibimiento y despedida de huéspedes. - Recepción y traslado de equipajes. - Supervisión de la entrega de insumos de ingreso a la habitación a cada huésped (llave, control remoto, toallas, <i>amenities</i>, otros). - Acompañamiento del huésped hacia la habitación. - Supervisión del abastecimiento de insumos en las habitaciones. - Presentar informes sobre el estado de las instalaciones. - Coordinar la limpieza y desinfección de las habitaciones y su menaje. - Presentar propuestas de mejora continua de la calidad para el servicio de alojamiento. |
| Supervisor/a del área de relajación y recreación | <ul style="list-style-type: none"> - Coordinar el proceso de recibimiento y despedida de clientes. - Supervisión de la entrega de insumos de ingreso a las salas de spa (toallas, <i>amenities</i>, sandalias, otros). - Control del comportamiento y prevención de desastres en el área de piscina. - Control del abastecimiento de insumos en las distintas áreas del spa y piscina. - Presentar informes sobre el estado de las instalaciones. - Coordinar la limpieza y desinfección de las áreas de spa y piscina con su menaje respectivo. - Presentar propuestas de mejora continua de la calidad para el servicio de relajación y recreación. - Coordinación y realización de las actividades de recreación propuestas. |
| Supervisor/a del área de alimentos y bebidas | <ul style="list-style-type: none"> - Supervisar los horarios y efectividad de trabajo de los empleados del área (cocineros, meseros, personal de limpieza, etc.). - Gestionar el sistema de reservas de mesas y el salón de recepciones. - Recibir y dirigir a los clientes hacia sus mesas. - Organizar y planificar los eventos formales en el salón de acuerdo a la temática requerida por el cliente. - Organizar la logística del restaurante y salón de recepciones. - Presentar informes del estado de las instalaciones. - Control del abastecimiento de insumos para el restaurante y el salón. - Atender las quejas y sugerencias de los clientes. - Presentar propuestas de mejora continua de la calidad para el servicio de alimentos y bebidas. |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Manual de funciones del gerente general**

Tabla 68-4: Funciones del gerente general

| DATOS DE IDENTIFICACIÓN | | | | |
|---|--|---|--------------------|--|
| Título del puesto | | Gerente general | | |
| Nivel de reporte inmediato | | Junta de trabajadores | | |
| Subrogación | | Contador/a | | |
| Misión del Cargo | | | | |
| Gestionar, planificar, organizar, dirigir, delegar, ordenar todos los procesos del establecimiento en cooperación de los supervisores de áreas para buscar la calidad continua en servicios internos y externos ofertados, cumplir con las exigencias legales y tributarias, desarrollar niveles humanos y económicos para alcanzar la competitividad, crecimiento y desarrollo del negocio. | | | | |
| PERFIL | Formación Académica | Requisitos y Conocimientos adicionales | Idiomas necesarios | Nivel de Experiencia |
| | Título profesional de tercer nivel en administración de empresas. Título profesional de tercer nivel en turismo. | <ul style="list-style-type: none"> • Procesos administrativos y contables • Técnicas de definición de precios, productos y servicios, manejo de personal, negociación, liderazgo y jefatura. • Procesos de mejora continua, conocimiento legal, comercial, tributario, fiscal, salud, seguridad, ambiental, cultural, hospitalidad. • Vocabulario técnico del segmento turístico y de hospitalidad, estructura y funcionamiento de establecimientos de alojamiento turístico. | Inglés nivel C1 | Mínimo 1 año en puestos similares dentro de establecimientos de alojamiento turístico. |
| Responsabilidades del cargo | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Planificar objetivos y estrategias - Establecer metas y políticas para la gestión empresarial - Planificar y desarrollar nuevos productos y procesos, necesidades de inversión, cronogramas y presupuestos - Investigar y analizar nuevas tendencias de mercado, definir políticas de precios, promover ventas - Analizar la participación de la empresa Enel mercado, determinar perfil de clientes, analizar datos estadísticos de estancias, negociar acuerdos y alianzas comerciales. - Analizar resultados y evaluar el cumplimiento de metas, objetivos, estándares de calidad, control de costos, análisis financiero, indicadores de productividad. - Realizas resúmenes gerenciales contables, financieros, patrimoniales, de personal, supervisar y aplicar acciones correctivas. - Lograr la máxima rentabilidad, mantener el valor comercial, aumentar la proyección de mercado - Representar al establecimiento en diferentes eventos, trabajar en alianzas estratégicas, definir y elaborar contratos asegurar el cumplimiento de leyes. - Velar por la seguridad y mantenimiento del establecimiento - Buscar acciones para vincularse con la sociedad. - Analizar resúmenes de investigación de satisfacción, sugerencias y opiniones de clientes, mantener contacto permanente con el cliente. - Reorientar procesos de atención al cliente. - Incentivar la cooperación, participación y compromiso laboral con sus colaboradores, desarrollar acciones motivadoras, estimular el desarrollo del equipo de trabajo, solucionar conflictos, promover cambios. | | | | |
| Condiciones de trabajo | | | | |
| Desarrolla sus labores en el área administrativa del nivel ejecutivo, derecho a una oficina personalizada, herramientas y equipos de trabajo, además, recorre constantemente las instalaciones y se relaciona directamente con los supervisores de todas las áreas. | | | | |
| Perfil de Competencias | | | | |
| Atributo | Nivel requerido | | | |
| Lealtad | Trabajar con esmero y fidelidad a las disposiciones y reglas del establecimiento manteniendo la confidencialidad de estas. | | | |
| Ética | Velar por la integridad e imagen del establecimiento y de la persona mediante el cumplimiento de normas y promoviendo valores morales para con la naturaleza y la población. | | | |
| Profesionalismo | Realizar un trabajo de calidad, que garantice experiencias satisfactorias en los clientes, mostrando puntualidad, responsabilidad, organización, liderazgo y respeto. | | | |

Fuente: INEN 2450, 2008

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- Manual de funciones del/la contador/a

Tabla 69-4: Funciones del/la contadora/contador

| DATOS DE IDENTIFICACIÓN | | | | |
|--|--|--|--------------------|--|
| Título del puesto | | Contador/a | | |
| Nivel de reporte inmediato | | Gerente general | | |
| Subrogación | | Gerente general | | |
| Misión del Cargo | | | | |
| Elaborar informes acerca de la rendición de cuentas y gestión financiera del establecimiento, registra e ingresa información contable del movimiento de cuentas, realiza acciones tributarias de conformidad con las normas vigentes | | | | |
| PERFIL | Formación Académica | Requisitos y Conocimientos adicionales | Idiomas necesarios | Nivel de Experiencia |
| | Título profesional de tercer nivel en contabilidad y auditoría. | <ul style="list-style-type: none"> • Contar con licencia de contador público autorizado (CPA). • Operar equipos de recepción y reservas. • Dominio en el manejo de hojas de cálculo virtuales. • Técnicas de auditoría en sistemas de empresas de alojamiento. • Evaluación crítica, raciocinio lógico, capacidad de argumentación, agudeza visual. | Inglés nivel B1 | Mínimo 4 años de experiencia y 1 en establecimientos de alojamiento turístico. |
| Responsabilidades del cargo | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Planificar los cierres de caja, corregir errores, verificar la procedencia de archivos y documentos de pago, emitir informes contables, capacitar a los cajeros en ventas. - Llevar y controlar libros contables, tomar acciones sobre la oferta, realizar el control de registro de documentos contables, hacer seguimiento a errores. - Verificar límites de crédito de cuentas, alertar a la gerencia sobre saldos elevados e indicadores económico – financieros, elaborar reportes de créditos. - Verificar el cumplimiento del proceso de facturación y cobros, organizar documentos, realizar auditorías internas, presentar informes, elaborar pronósticos contables. - Verificar la veracidad de información emitida por otras áreas, realizar acciones para evitar errores, dar seguimientos a acciones correctivas aplicadas. - Tener respaldos de información, coordinar decisiones con el gerente general. - Llevar a cabo a tiempo las obligaciones tributarias del establecimiento - Notificar sobre cargos adicionales, investigar frecuentemente la materia tributaria que puede beneficiar o perjudicar al establecimiento. | | | | |
| Condiciones de trabajo | | | | |
| Desarrolla sus labores en el área administrativa del nivel de apoyo, derecho a una oficina personalizada, herramientas y equipos de trabajo, además, se coordina directamente con el gerente del establecimiento. | | | | |
| Perfil de Competencias | | | | |
| Atributo | Nivel requerido | | | |
| Lealtad | Trabajar con esmero y fidelidad a las disposiciones y reglas del establecimiento manteniendo la confidencialidad de las mismas. | | | |
| Ética | Velar por la integridad e imagen del establecimiento y de la persona mediante el cumplimiento de normas y promoviendo valores morales para con la naturaleza y la población. | | | |
| Profesionalismo | Realizar un trabajo de calidad, que garantice experiencias satisfactorias en los clientes, mostrando puntualidad, responsabilidad, organización, liderazgo y respeto. | | | |

Fuente: INEN 2449, 2008

Realizado por: Gusqui, P., 2022

- Manual de funciones del/la recepcionista

Tabla 70-4: Funciones del/la recepcionista

| DATOS DE IDENTIFICACIÓN | | | | |
|---|--|--|--------------------|--|
| Título del puesto | | Recepcionista | | |
| Nivel de reporte inmediato | | Gerente general | | |
| Subrogación | | Contador/a | | |
| Misión del Cargo | | | | |
| Recibir y registrar al cliente al momento de su llegada (<i>check in</i>); relacionar al huésped con los diversos servicios del establecimiento y efectuar los procesos de salidas del huésped (<i>check out</i>), así como también apoyar en el área de contabilidad. | | | | |
| PERFIL | Formación Académica | Requisitos y Conocimientos adicionales | Idiomas necesarios | Nivel de Experiencia |
| | Título profesional de tercer nivel en administración. Certificación de asistente contable. | <ul style="list-style-type: none"> • Dominio del sistema tarifario • Manejo de códigos telefónicos • Términos técnicos de hotelería relativos a recepción. • Gestionar información turística. • Reglas de etiqueta y protocolo • Manejo e hojas de cálculo y procesadores de internet, contabilidad general. • Manejo de pagos en cheque, efectivo, tarjetas de crédito | Inglés nivel C1 | Mínimo 1 año en puestos similares dentro de establecimientos de alojamiento turístico. |
| Responsabilidades del cargo | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Registrar el ingreso (<i>check in</i>) y salida (<i>check out</i>) del huésped - Verificar datos de reserva del huésped, asistirlo en caso de requerir información, comprobar veracidad de datos, entregar llaves de habitaciones, compartir la información requerida con los clientes, registrar el acceso de visitantes. - Brindar información turística requerida por el cliente, ofrecer ayuda oportuna, sugerir opciones de actividad turística. - Orientar al botones, prever conflictos de caja, avisar a las áreas oportunamente sobre el ingreso de clientes, preparar sector de apoyo para clientes especiales, coordinar y controlar el inventario de materiales de trabajo. - Operar computador, impresora, teléfonos, central telefónica, tarifador, fax, calculadora, máquina de tarjeta de crédito, equipo de emergencia e incendio. - Ayudar en cierre de caja, controlar caja chica, controlar el status de habitaciones, proponer soluciones a conflictos. - Recibir pedidos de huéspedes y gestionar la atención, registrar cada acción realizada, anotar y entregar mensajes o paquetes para huéspedes, organizar el transporte de equipaje, garantizar la privacidad en la entrega de información, controlar el acceso de los huéspedes. - Operar sistemas de alarma, radio transistor o intercomunicador, anticiparse a las peticiones del cliente, cuidar la higiene personal y apariencia. | | | | |
| Condiciones de trabajo | | | | |
| Desarrolla sus labores en el área administrativa del nivel de apoyo, derecho al uso del mostrador de recepción, herramientas y equipos de trabajo, manejo de dinero y cuentas bancarias del establecimiento, además, recorre constantemente las instalaciones con el fin de guiar al cliente hacia su destino. | | | | |
| Perfil de Competencias | | | | |
| Atributo | Nivel requerido | | | |
| Lealtad | Trabajar con esmero y fidelidad a las disposiciones y reglas del establecimiento manteniendo la confidencialidad de las mismas. | | | |
| Ética | Velar por la integridad e imagen del establecimiento y de la persona mediante el cumplimiento de normas y promoviendo valores morales para con la naturaleza y la población. | | | |
| Profesionalismo | Realizar un trabajo de calidad, que garantice experiencias satisfactorias en los clientes, mostrando puntualidad, responsabilidad, organización, liderazgo y respeto. | | | |

Fuente: INEN 2429, 2008

Realizado por: Gusqui, P., 2022

- **Manual de funciones del/la camarero/a de piso**

Tabla 71-4: Funciones del/la camarero/a de piso

| DATOS DE IDENTIFICACIÓN | | | | |
|---|--|--|--------------------|--|
| Título del puesto | | Camarero/a | | |
| Nivel de reporte inmediato | | Supervisor del área de hospitalidad | | |
| Subrogación | | Supervisor del área de hospitalidad | | |
| Misión del Cargo | | | | |
| Limpiar, higienizar y organizar las habitaciones y áreas sociales, inspeccionar la habitación para la salida del huésped, reponer y controlar el material, atender pedidos y reclamos. | | | | |
| PERFIL | Formación Académica | Requisitos y Conocimientos adicionales | Idiomas necesarios | Nivel de Experiencia |
| | Título de segundo o tercer nivel en cualquier área. | <ul style="list-style-type: none"> Técnicas de limpieza, ordenamiento y aseo a instalaciones. Técnicas de montaje de camas y presentación de piezas de menaje. Operación de quipos de uso común en habitaciones. Manejo de formularios. Cálculo de operaciones aritméticas, lectura y escritura clara. Toma de decisiones bajo presión. Manipulación de objetos con firmeza motriz. | Inglés nivel A1 | Mínimo 6 meses en puestos similares dentro de establecimientos de alojamiento turístico. |
| Responsabilidades del cargo | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Limpiar de todas las formas que se requiera las habitaciones, salas de masaje y áreas sociales aplicando estándares de calidad. Realizar montaje de cama y demás artículos de menaje de acuerdo a la petición del huésped o a la temática requerida, poner o retirar elementos extra, coordinar con las demás áreas sobre atenciones especiales al huésped, coordinar con la recepción el estado y reserva de habitaciones. Inspeccionar el estado general de las habitaciones, verificar el abastecimiento del minibar, confirmar la integridad de las instalaciones y el abastecimiento de insumos. Verificar el funcionamiento y el confort de la habitación, detectar la presencia de insectos, olores y ruido extraño. Arreglar la habitación ocupada, retirar el menaje de servicio, reabastecer el minibar y otros elementos, ordenar las pertenencias del huésped. Contar, revisar y clasificar la ropa de habitación para su envío a la lavandería, registrar cantidad de huéspedes por habitación, a ver inventarios de la habitación. Operar equipos de limpieza, brindar información del establecimiento al huésped, actuar como nexo entre las áreas del establecimiento, velar por la seguridad y privacidad del huésped, observar flujo y tipo de equipaje, comunicar a la administración sobre anomalías de comportamiento o uso indebido de instalaciones. Cuidar la apariencia personal e imagen corporativa utilizar lenguaje formal y educado. | | | | |
| Condiciones de trabajo | | | | |
| Desarrolla sus labores en el área hospitalidad y recibe ropa del área de relajación, del nivel operativo, derecho a una sala común con casilleros personales, espacios de aseo personal y sitio de descanso, acceso a herramientas y equipos de trabajo, además, recorre constantemente las instalaciones del establecimiento y acompaña al huésped. | | | | |
| Perfil de Competencias | | | | |
| Atributo | Nivel requerido | | | |
| Lealtad | Trabajar con esmero y fidelidad a las disposiciones y reglas del establecimiento manteniendo la confidencialidad de las mismas. | | | |
| Ética | Velar por la integridad e imagen del establecimiento y de la persona mediante el cumplimiento de normas y promoviendo valores morales para con la naturaleza y la población. | | | |
| Profesionalismo | Realizar un trabajo de calidad, que garantice experiencias satisfactorias en los clientes, mostrando puntualidad, responsabilidad, organización, liderazgo y respeto. | | | |

Fuente: INEN 2432, 2008

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

• **Manual de funciones del/la masajista**

Tabla 72-4: Funciones del/la masajista

| DATOS DE IDENTIFICACIÓN | | | | |
|--|--|---|--------------------|------------------------------------|
| Título del puesto | | Masajista | | |
| Nivel de reporte inmediato | | Gerente general | | |
| Subrogación | | Contrato externo | | |
| Misión del Cargo | | | | |
| Gestionar, planificar y realizar tratamientos relajantes en las diferentes partes del cuerpo del paciente mediante técnicas comunes y innovadoras. | | | | |
| PERFIL | Formación Académica | Requisitos y Conocimientos adicionales | Idiomas necesarios | Nivel de Experiencia |
| | Título profesional de tercer nivel en medicina alternativa, medicina andina, fisioterapia o afines. | <ul style="list-style-type: none"> • Tratamientos alternativos para ciertas enfermedades. • Propiedades y usos de plantas medicinales. • Conocimiento de tratamientos de relajación innovadores. • Propiedades y usos de productos químicos del cuidado de la piel. • Tratamiento de alergias y primeros auxilios. | Inglés nivel B2 | Mínimo 2 años en puestos similares |
| Responsabilidades del cargo | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Realizar masajes o tratamientos de manera profesional y personalizada - Garantizar que todas las áreas de trabajo estén limpias y acomodadas según los procedimientos. - Enseñar a los clientes a cuidar adecuadamente su piel. - Responder las preguntas de los clientes con conocimiento y de manera profesional. - Sugerir al cliente otros tratamientos beneficiosos que ofrece el spa y recomendarle productos para que use en su casa. - Informar al gerente de productos que se necesiten en el spa. - Coordinar actividades con sus subordinados - Manejar formularios y fichas de ingreso del paciente | | | | |
| Condiciones de trabajo | | | | |
| Desarrolla sus labores en el área de relajación y recreación, derecho a un espacio de descanso, casillero personal ya área de aseo, acceso a herramientas y equipos de trabajo y se relaciona directamente con el gerente general. | | | | |
| Perfil de Competencias | | | | |
| Atributo | Nivel requerido | | | |
| Lealtad | Trabajar con esmero y fidelidad a las disposiciones y reglas del establecimiento manteniendo la confidencialidad de las mismas. | | | |
| Ética | Velar por la integridad e imagen del establecimiento y de la persona mediante el cumplimiento de normas y promoviendo valores morales para con la naturaleza y la población. | | | |
| Profesionalismo | Realizar un trabajo de calidad, que garantice experiencias satisfactorias en los clientes, mostrando puntualidad, responsabilidad, organización, liderazgo y respeto. | | | |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Manual de funciones del/la estilista**

Tabla 73-4: Funciones del/la estilista

| DATOS DE IDENTIFICACIÓN | | | | |
|--|--|---|--------------------|----------------------|
| Título del puesto | | Estilista | | |
| Nivel de reporte inmediato | | Supervisor/a del área de relajación y recreación | | |
| Subrogación | | Contrato externo | | |
| Misión del Cargo | | | | |
| Aplicar técnicas de peluquería para el cuidado y embellecimiento del cabello, cuidado de la piel, las uñas, maquillaje, tratamientos estéticos y más, proyectando un cambio de imagen favorable para el cliente, potenciando la imagen personal y asesorando al cliente sobre temas afines. | | | | |
| PERFIL | Formación Académica | Requisitos y Conocimientos adicionales | Idiomas necesarios | Nivel de Experiencia |
| | Título de técnico o artesano en peluquería, diseño de imagen, maquillaje profesional o afines. | <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas sobre aplicación de tratamientos capilares • Maquillaje profesional • Conocimiento de manicure y pedicure • Propiedades y usos de productos químicos de belleza. • Manejo de máquinas profesionales de belleza • Uso de lenguaje técnico afín al área | Inglés nivel B2 | Mínimo 3 años |
| Responsabilidades del cargo | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Preparar el salón, limpiar las instalaciones sus dependencias, quipos y material. - Acoger y asesorar al cliente sobre los servicios o posibles cambios en su imagen personal. - Realizar tratamientos en el cabello, la cara y las uñas previo al análisis de los mismos. - Indagar sobre la resistencia de los clientes sobre las sustancias químicas usadas en los productos de belleza. - Preguntar frecuentemente al cliente en el proceso de aplicación de tratamientos sobre su aprobación de resultados. - Manejar con tino y precisión los equipos peligrosos como navajas, rasuradoras y tejerías. - Hacer sentir en confianza al cliente, no juzgar ni hacer comentarios fuera de lugar sobre aspectos físicos. - Asesorar al cliente en términos de moda y estilo. - Usar uniforme y cuidar su aspecto personal e higiene. - Realiza informes sobre los requerimientos necesarios y estado de conservación de instalaciones y equipos a su superior. - Colaborar en actividades delegadas, llenar siempre espacios de trabajo. | | | | |
| Condiciones de trabajo | | | | |
| Desarrolla sus labores en el área de relajación y recreación, derecho a un espacio de descanso, casillero personal ya área de aseo, acceso a herramientas y equipos de trabajo y se relaciona directamente con el supervisor de área. | | | | |
| Perfil de Competencias | | | | |
| Atributo | Nivel requerido | | | |
| Lealtad | Trabajar con esmero y fidelidad a las disposiciones y reglas del establecimiento manteniendo la confidencialidad de las mismas. | | | |
| Ética | Velar por la integridad e imagen del establecimiento y de la persona mediante el cumplimiento de normas y promoviendo valores morales para con la naturaleza y la población. | | | |
| Profesionalismo | Realizar un trabajo de calidad, que garantice experiencias satisfactorias en los clientes, mostrando puntualidad, responsabilidad, organización, liderazgo y respeto. | | | |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Manual de funciones del/la supervisor/a de alimentos y bebidas**

Tabla 74-4: Funciones del/la supervisora del área de alimentos y bebidas

| DATOS DE IDENTIFICACIÓN | | | | |
|--|--|---|----------------------|-----------------------------------|
| Título del puesto | | Supervisor/a de alimentos y bebidas | | |
| Nivel de reporte inmediato | | Gerente general | | |
| Subrogación | | Recepcionista | | |
| Misión del Cargo | | | | |
| Administrar el servicio de restaurante, cocina y salón de eventos, planificación de personal, compra, almacenaje, venta de productos y servicios, planificación de eventos, control de caja chica, control contable y financiero, apoyar en la dirección y satisfacción del cliente. | | | | |
| PERFIL | Formación Académica | Requisitos y Conocimientos adicionales | Idiomas necesarios | Nivel de Experiencia |
| | Título profesional de tercer nivel en administración de empresas. Conocimiento sobre negocios de alimentos y bebidas. | <ul style="list-style-type: none"> • Procesos básicos de liderazgo y gestión de personal • Métodos básicos de control contable y gestión financiera. • Conocimiento de manejo de alimentos y seguridad alimentaria. • Organización de eventos, procesos de mejora continua en alimentos y bebidas. • Normas de etiqueta en mesa y salón, montaje de mesas y platillos. | Inglés nivel B2 - C1 | Mínimo 1 año en puestos similares |
| Responsabilidades del cargo | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar estrategias competitivas, establecer prioridades en asignación de recursos, prever y solucionar conflictos, apoyar en la planificación de la dirección, definir tendencias de moda gastronómica, prever demanda futura. - Elaborar planes, presupuestos y sistemas de control, realizar investigación de mercados, colaborar en la composición del menú, establecer directrices de planificación de producción del menú, establecer costos y precios de venta. - Efectuar informes sobre requerimientos, realizar cronogramas, operar sistema gerencial computarizado, asegurar el cumplimiento de la legislación correspondiente, proponer e implementar sistemas de mejora continua. - Revisar datos de reserva, acoger, recibir y direccionar al cliente, analizar las opiniones y preferencias del cliente, explicar y acordar formas de pago, despedir al cliente e incentivar su retorno. - Asegurar los procedimientos de higiene y seguridad en la manipulación de alimentos, utensilios, espacio físico y del personal. - Promocionar campañas publicitarias y organizar eventos que impulsen la compra, negociar contratos y acuerdos con proveedores. - Brindar información sobre el establecimiento, atender quejas, apoyar en la atención al cliente. - Recibir las peticiones de servicios adicionales a la habitación. | | | | |
| Condiciones de trabajo | | | | |
| Desarrolla sus labores en el área de alimentos y bebidas del nivel operativo, derecho a usar el mostrador del restaurante, acceso a herramientas y equipos de trabajo, además, recorre constantemente las instalaciones y se relaciona directamente con los supervisores de todas las áreas y el gerente general. | | | | |
| Perfil de Competencias | | | | |
| Atributo | Nivel requerido | | | |
| Lealtad | Trabajar con esmero y fidelidad a las disposiciones y reglas del establecimiento manteniendo la confidencialidad de las mismas. | | | |
| Ética | Velar por la integridad e imagen del establecimiento y de la persona mediante el cumplimiento de normas y promoviendo valores morales para con la naturaleza y la población. | | | |
| Profesionalismo | Realizar un trabajo de calidad, que garantice experiencias satisfactorias en los clientes, mostrando puntualidad, responsabilidad, organización, liderazgo y respeto. | | | |

Fuente: INEN 2436, 2008

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Manual de funciones del/la cocinero/a**

Tabla 75-4: Funciones del/la cocinera

| DATOS DE IDENTIFICACIÓN | | | | |
|---|--|--|----------------------|------------------------------------|
| Título del puesto | | Cocinero/a | | |
| Nivel de reporte inmediato | | Supervisor/a de alimentos y bebidas | | |
| Subrogación | | Ayudante de cocina | | |
| Misión del Cargo | | | | |
| Ejecutar recetas, comprender los procesos de elaboración, preparación, montaje y presentación de ensaladas, platos calientes y fríos, guarniciones, fondos, salsas y postres. | | | | |
| PERFIL | Formación Académica | Requisitos y Conocimientos adicionales | Idiomas necesarios | Nivel de Experiencia |
| | Título profesional de tercer nivel como chef de partida con especialización. | <ul style="list-style-type: none"> • Procedimientos básicos de inventarios y rotación de existencias, técnicas de manipulación, conservación y almacenamiento de alimentos. • Técnicas de corte y moldeado. • Técnicas de descongelamiento, cocción y flambeo. • Principios de repostería, panadería y pastelería. • Vocabulario técnico de cocina internacional • Técnicas de montaje de platos, principios de <i>garnish</i>, elaboración de presupuestos. | Inglés nivel B2 - C1 | Mínimo 3 años en puestos similares |
| Responsabilidades del cargo | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Conocer el menú y ayudar en la definición y cuantificación del producto. - Recibir, verificar y almacenar mercadería, inspeccionar cantidades, verificar calidad y controlar tiempos, organizar y rotar productos en la cámara fría, participar en la ejecución de inventarios, evitar el desperdicio. - Sugerir platos, cortar, tornear, picar, moler el producto alimenticio, limpiar carnes, aplicar técnicas de congelamiento, cortar comestibles. - Cocinar, asar, freír, rehogar, estofar, guisar y gratinar alimentos, usar técnicas de cocción, acondicionar el plato en recipientes de acuerdo con el servicio, montar el servicio de banquete, usar vocabulario técnico. - Aplicar procesos de higiene y seguridad en la manipulación de alimentos, limpieza de máquinas, limpieza de instalaciones, operar equipos y electrodomésticos de cocina. - Orientar y supervisar a los ayudantes de cocina. - Cuidar su higiene y presencia personal, usar herramientas y equipo de protección cuando se acceda al cuarto frío y se use equipos peligrosos. | | | | |
| Condiciones de trabajo | | | | |
| Desarrolla sus labores en el área de alimentos y bebidas del nivel operativo, derecho a un espacio de descanso y relajación, acceso a herramientas y equipos de trabajo y mantiene contacto directo con el supervisor de área y el gerente general. | | | | |
| Perfil de Competencias | | | | |
| Atributo | Nivel requerido | | | |
| Lealtad | Trabajar con esmero y fidelidad a las disposiciones y reglas del establecimiento manteniendo la confidencialidad de las mismas. | | | |
| Ética | Velar por la integridad e imagen del establecimiento y de la persona mediante el cumplimiento de normas y promoviendo valores morales para con la naturaleza y la población. | | | |
| Profesionalismo | Realizar un trabajo de calidad, que garantice experiencias satisfactorias en los clientes, mostrando puntualidad, responsabilidad, organización, liderazgo y respeto. | | | |

Fuente: INEN 2441, 2008

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

• **Manual de funciones del/la ayudante de cocina**

Tabla 76-4: Funciones del/la ayudante de cocina

| DATOS DE IDENTIFICACIÓN | | | | |
|--|--|--|----------------------|-----------------------------------|
| Título del puesto | | Ayudante de cocina | | |
| Nivel de reporte inmediato | | Cocinero | | |
| Subrogación | | Supervisor de área de alimentos y bebidas | | |
| Misión del Cargo | | | | |
| Ejecutar recetas, preparar y finalizar platos calientes y fríos más comunes y la especialidad del establecimiento. Utiliza los productos preparados por los demás profesionales del equipo, responsable por la elaboración de ensaladas, caldos, salsas, guarniciones entre otros similares. | | | | |
| PERFIL | Formación Académica | Requisitos y Conocimientos adicionales | Idiomas necesarios | Nivel de Experiencia |
| | Técnico superior en gastronomía | <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de manipulación, conservación y almacenamiento de alimentos. • Técnicas culinarias variadas • Conservación de propiedades organolépticas de alimentos • Técnicas de uso de maquinaria y equipos • Normas de seguridad laboral • Cálculo de operaciones matemáticas • Empacar, rotular y ordenar materias primas | Inglés nivel B1 – B2 | Mínimo 1 año en puestos similares |
| Responsabilidades del cargo | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Apoyar al chef en la administración de existencias - Tener conocimiento de la producción de platillos del menú, verificar calidad y fecha de caducidad de alimentos, apoyar el control diario de consumos de ingredientes. - Orientar sobre la limpieza, cortes y conservación de carnes, condimentar y marinar alimentos, usar técnicas de congelamiento y deshielo, técnicas de pre-elaboración. - Controlar tiempo y temperatura de alimentos, observar punto, textura y sabor de los platillos, montar y presentar los platos en recipientes adecuados, elaborar preparaciones básicas aplicando técnicas culinarias, emplatar y servir comidas elaboradas. - Supervisar el montaje de servicios de banquete, preparar y arreglar el área de trabajo para la puesta a punto de los alimentos (<i>mise en place</i>), limpiar, desinfectar y acondicionar las materias primas, limpiar la zona de trabajo y herramientas. - Operar cocina, horno, plancha, parrilla y otros similares, mantener instalaciones y equipo limpio, cuidar y usar conscientemente las máquinas. - Aplicar los procedimientos de higiene y seguridad alimentaria en la manipulación de alimentos, cuidar la higiene y presentación personal. - Limpiar con frecuencia el sitio de trabajo - Asistir y supervisar a los demás asistentes de cocina, transmitir nuevos conocimientos, planificar, distribuir y coordinar tareas, comunicar sobre posibles disfunciones. | | | | |
| Condiciones de trabajo | | | | |
| Desarrolla sus labores en el área de alimentos y bebidas del nivel operativo, derecho a un espacio de descanso y relajación, acceso a herramientas y equipos de trabajo y mantiene contacto directo con el supervisor de área y el cocinero principal. | | | | |
| Perfil de Competencias | | | | |
| Atributo | Nivel requerido | | | |
| Lealtad | Trabajar con esmero y fidelidad a las disposiciones y reglas del establecimiento manteniendo la confidencialidad de las mismas. | | | |
| Ética | Velar por la integridad e imagen del establecimiento y de la persona mediante el cumplimiento de normas y promoviendo valores morales para con la naturaleza y la población. | | | |
| Profesionalismo | Realizar un trabajo de calidad, que garantice experiencias satisfactorias en los clientes, mostrando puntualidad, responsabilidad, organización, liderazgo y respeto. | | | |

Fuente: INEN 2455, 2008

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Manual de funciones del/la mesero/a**

Tabla 77-4: Funciones del/la mesera/o

| DATOS DE IDENTIFICACIÓN | | | | |
|--|--|--|----------------------|-----------------------------------|
| Título del puesto | | Mesero/a | | |
| Nivel de reporte inmediato | | Supervisor/a del área de alimentos y bebidas | | |
| Subrogación | | Supervisor/a del área de alimentos y bebidas | | |
| Misión del Cargo | | | | |
| Acomodar al cliente en la mesa, servir alimentos y bebidas, finalizar el plato con el tipo de servicio escogido, preparar y adicionar ensaladas, flambear, presentar la cuenta y recibir el pago. | | | | |
| PERFIL | Formación Académica | Requisitos y Conocimientos adicionales | Idiomas necesarios | Nivel de Experiencia |
| | Título de segundo o tercer nivel en cualquier área afín a la actividad | <ul style="list-style-type: none"> • Normas de etiqueta y protocolo en la mesa y salón • Técnicas de servir bebidas, licores y vinos • Vocabulario técnico relativo al servicio • Primeros auxilios • Montaje de mesas • Cálculo de operaciones matemáticas • Comunicación oral clara y articulada, lenguaje corporal acertado, memoria a corto plazo y atención al cliente | Inglés nivel B2 - C1 | Mínimo 1 año en puestos similares |
| Responsabilidades del cargo | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Realizar la puesta a punto (<i>mise en place</i>), realizar montaje de mueblería, mantelería y vajilla, identificar mesas adecuadas a la preferencia del cliente. - Acomodar al cliente, presentar el menú, informar sobre la disponibilidad de platos, composiciones, acompañamiento y cantidad. - Aconsejar y orientar sobre elecciones, informar el tiempo de preparación. - Servir en la mesa según las políticas establecidas, ejecutar servicio a la francesa, inglesa y otros, finalizar platos, servir durante la sobremesa, reponer bebidas y vajillas, limpiar y retirar elementos de la mesa. - Aplicar procedimientos de higiene, seguridad y manipulación de alimentos, solicitar la cuenta al cajero, verificar el consumo, presentar la cuenta al cliente, aclarar dudas. - Anticiparse a la expectativa del cliente, investigar la opinión del cliente, recibir reclamos y quejas. - Cuidar la higiene personal y apariencia física, identificar diferencias entre comandas y facturas, apoyar en el arreglo de mesas, limpieza de salón y utensilios de cocina. | | | | |
| Condiciones de trabajo | | | | |
| Desarrolla sus labores en el área de alimentos y bebidas del nivel operativo, derecho a un espacio de descanso y relajación, acceso a herramientas y equipos de trabajo y mantiene contacto directo con el supervisor de área y demás personal del área. | | | | |
| Perfil de Competencias | | | | |
| Atributo | Nivel requerido | | | |
| Lealtad | Trabajar con esmero y fidelidad a las disposiciones y reglas del establecimiento manteniendo la confidencialidad de las mismas. | | | |
| Ética | Velar por la integridad e imagen del establecimiento y de la persona mediante el cumplimiento de normas y promoviendo valores morales para con la naturaleza y la población. | | | |
| Profesionalismo | Realizar un trabajo de calidad, que garantice experiencias satisfactorias en los clientes, mostrando puntualidad, responsabilidad, organización, liderazgo y respeto. | | | |

Fuente: INEN 2040, 2008

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.5.4.4. Manual de procesos

Una vez que se tiene claro los requisitos, aptitudes, responsabilidades y características mínimas para el personal de cada área, es necesario también establecer el procedimiento básico a seguir cuando se trate de comercializar los servicios ofertados por el establecimiento, de tal manera que el cliente evidencie la organización y la existencia de protocolos de atención. Para efecto de esta necesidad se tienen los siguientes manuales de procesos:

- **Reservaciones**

Procedimiento: el cliente tendrá las opciones de acudir presencialmente al establecimiento o en su defecto realizar la reserva por otros medios para lo cual el personal debe estar siempre atento y presto a brindar la información necesaria al cliente con la respectiva cordialidad, respeto, elegancia y carisma que caracterizará al establecimiento, no debe existir ningún error en el llenado de datos del cliente y se debe ser muy claro en la explicación de las políticas del establecimiento. En caso de requerir información adicional el empleado debe estar siempre a disposición del cliente y cuando se acerque la fecha de la reserva se deberá enviar un recordatorio al correo personal del cliente.

Flujograma del proceso:

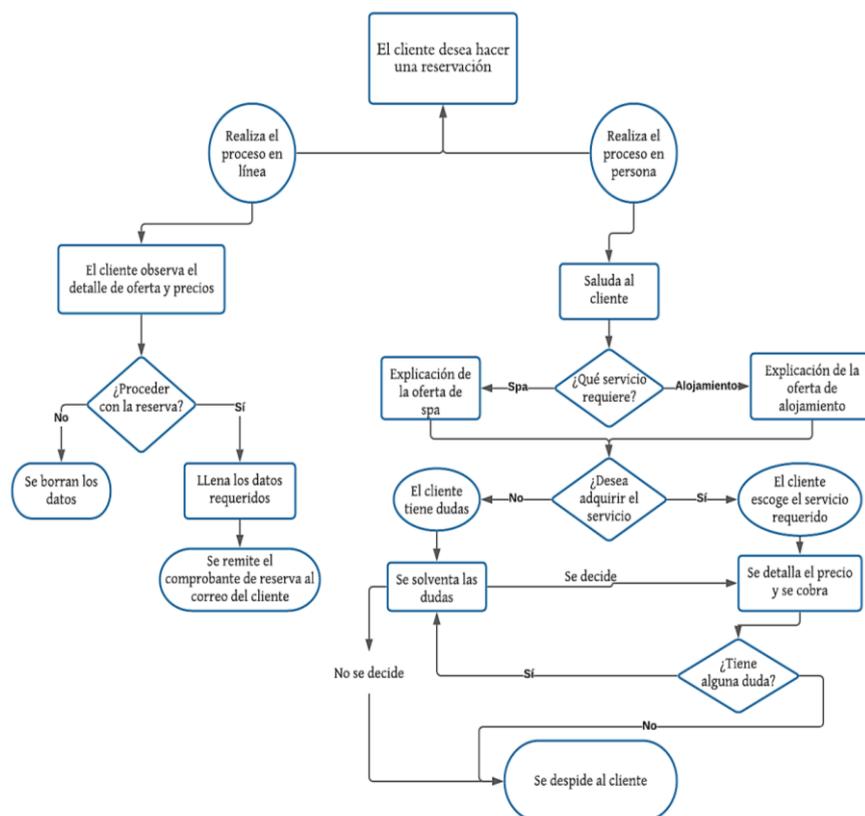


Gráfico 3 – 4. Flujograma del proceso de reservación

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Herramienta operativa: formato de reserva (ANEXO B).

- **Procedimientos en el área de alojamiento**

Procedimiento: en el momento que el cliente llegue al establecimiento, de inmediato el o la recepcionista debe encargarse de tomar los datos del cliente dependiendo si ha realizado una reserva previa o no, una vez realizada la venta se debe encargar de acompañar o delegar a alguien para el acompañamiento del huésped hacia la habitación, una vez allí deberá mostrarle las instalaciones y ofrecer su ayuda y predisposición en cualquier momento que el cliente lo requiera. Todo el proceso debe ser realizado usando las normas de etiqueta, buena presencia, lenguaje corporal adecuado y vocabulario formal en el idioma entendible para el cliente.

Flujograma del proceso:

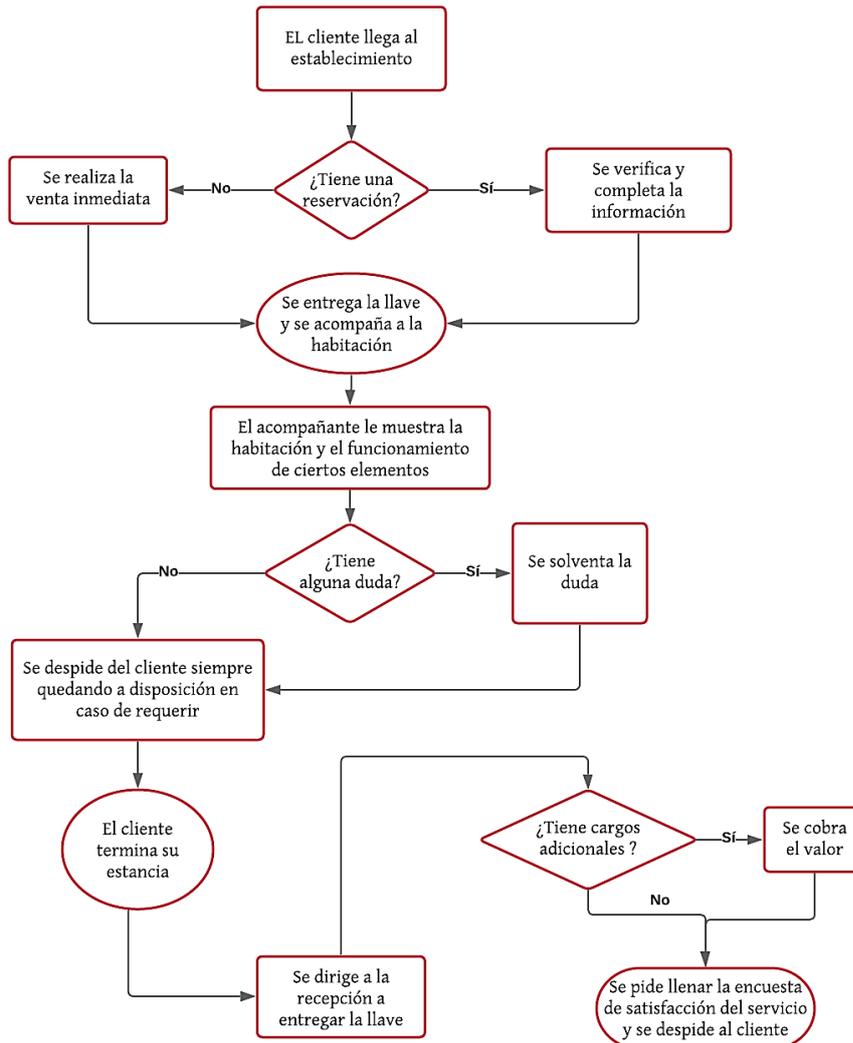


Gráfico 4 – 4. Flujograma del proceso de ingreso y salida de clientes

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Herramienta operativa: encuesta de satisfacción del servicio (ANEXO C).

- **Procedimientos del área de relajación**

Procedimiento: el cliente será guiado hacia la recepción del spa donde se verificará la información de la compra realizada previamente en recepción general y se procederá a llenar la ficha del paciente con el fin de conocer su estado de salud, alergias u otras molestias que podría causar la aplicación de los tratamientos, luego de eso se deberá otorgar los implementos necesarios y se acompañará hasta la sala designada para aplicar el tratamiento; finalizado el proceso se despedirá y acompañará al cliente hasta la salida. El trato al cliente debe ser siempre con el respeto y formalidad correspondiente.

Flujograma del proceso:

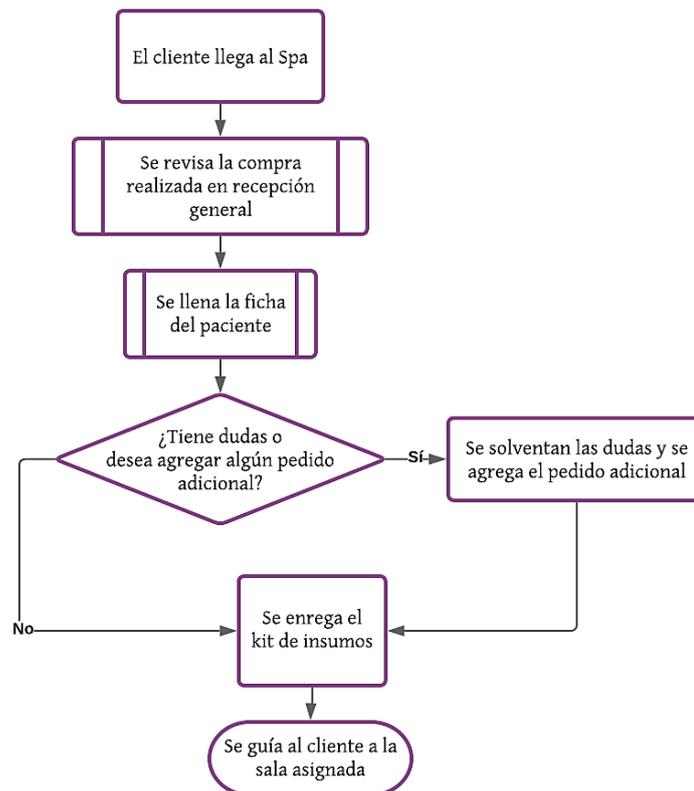


Gráfico 5 – 4. Flujograma del proceso de ingreso al spa

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Herramienta operativa: ficha del paciente (ANEXO D).

- **Procedimiento en el área de alimentos y bebidas**

Procedimiento: el cliente llega al establecimiento y se le deberá dirigir directamente al restaurante donde será recibido por el supervisor de área quien le asignará una mesa mientras que el mesero podrá a disposición la carta menú, atenderá sus peticiones y solventará sus dudas, se encargará de llevar los platillos a la mesa y proporcionar la cuenta. En todo momento se debe usar normas de etiqueta, lenguaje corporal adecuado, y vocabulario técnico en el idioma entendible para el cliente.

Flujograma del proceso:

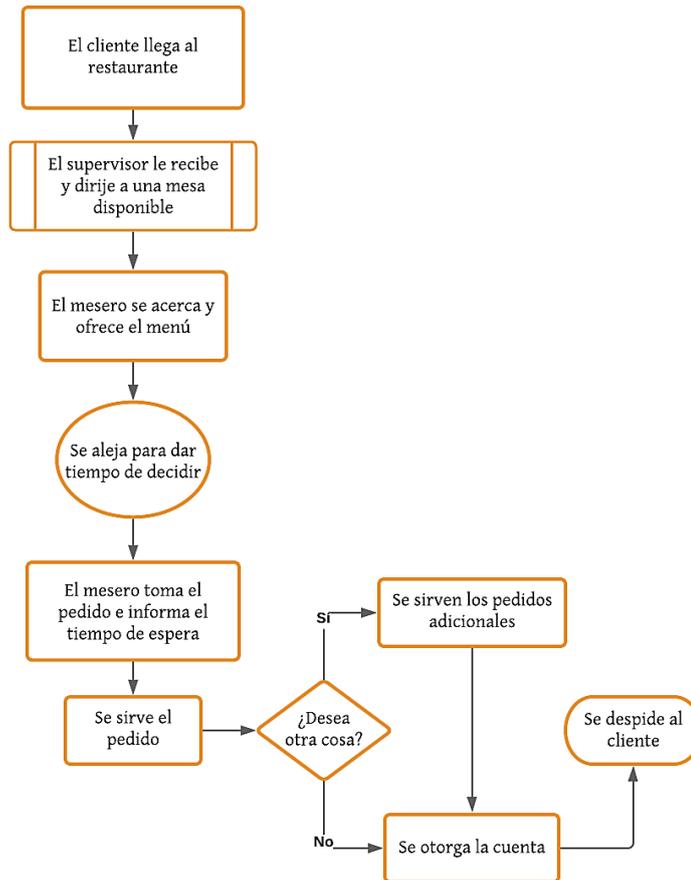


Gráfico 6 – 4. Flujograma del proceso de atención en el restaurante

Realizado por: Gusqui, P., 2022

- **Procedimiento en el área de recreación**

Procedimiento: el cliente debe inscribirse en cualquier actividad recreativa ofertada en la recepción del spa, cuando llegue el momento de realizar la actividad los encargados de la misma deberán explicar las indicaciones de la actividad y proporcionar los implementos necesarios. El lenguaje corporal y vocabulario debe ser respetuoso, pero llamando a la confianza por ser una actividad que busca distraer y entretener al cliente, sin embargo, no se debe caer en la mofa o burla, en caso de requerirlo se debe traducir las explicaciones en el idioma de entendimiento del cliente.

Flujograma del proceso:

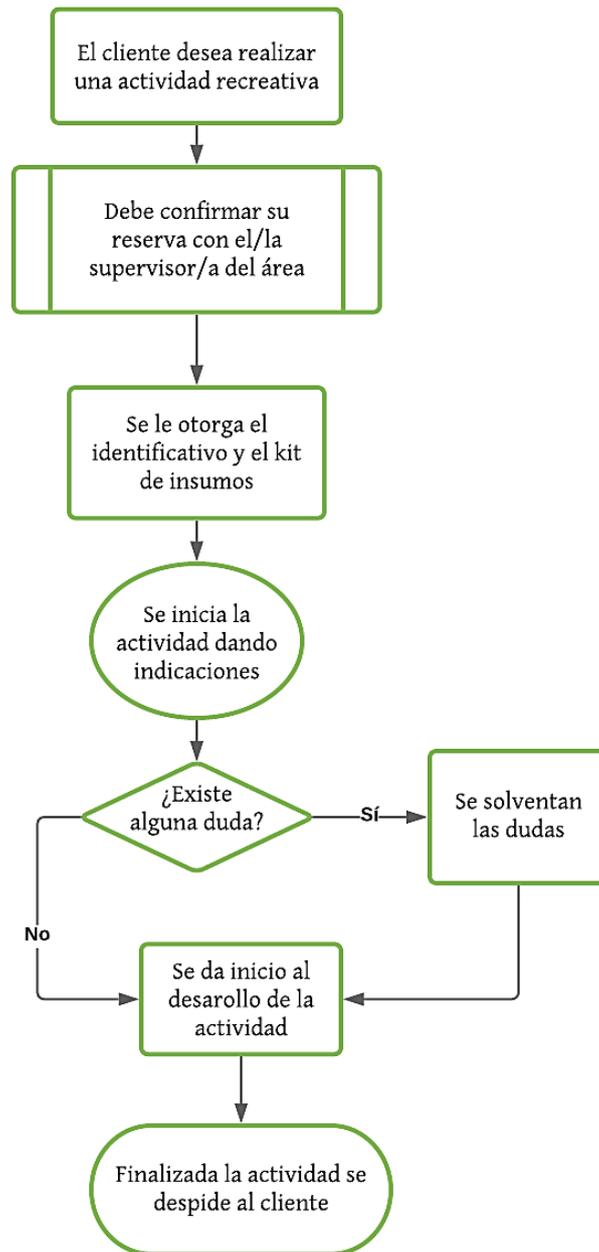


Gráfico 7 – 4. Flujograma del proceso de desarrollo de actividades recreativas

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.6. Estudio de la viabilidad económico – financiera

El análisis de la viabilidad económica y financiera es decisivo para saber si el proyecto es atractivo o no para los ejecutores, inversionistas y otros interesados, por ello, es necesario poder visualizar a detalle los valores monetarios exactos de cada componente para la ejecución del proyecto.

4.6.3. Estudio económico

4.6.3.1. Inversiones

El valor total de la inversión contempla la suma de los requerimientos para todo el proyecto bajo las denominaciones de activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

Tabla 78-4: Inversión total

| Denominación | Inversión |
|--------------------------------|----------------------|
| ACTIVOS FIJOS | \$ 258.094,00 |
| Construcciones y edificaciones | \$ 213.600,00 |
| Maquinaria y equipo | \$ 18.105,00 |
| Equipo de cómputo | \$ 1.175,00 |
| Muebles y enseres | \$ 15.344,00 |
| Menaje | \$ 6.925,00 |
| Insumos | \$ 2.945,00 |
| ACTIVOS DIFERIDOS | \$ 32.045,46 |
| Promoción y publicidad | \$ 1.465,00 |
| Permisos de funcionamiento | \$ 900,00 |
| Plan de manejo ambiental | \$ 9.575,00 |
| Gastos financieros | \$ 20.105,46 |
| CAPITAL DE TRABAJO | \$ 43.475,62 |
| Sueldos y salarios | \$ 15.269,46 |
| Mano de obra directa | \$ 21.377,16 |
| Materia prima | \$ 4.849,00 |
| Servicios básicos | \$ 1.980,00 |
| TOTAL | \$ 333.615,08 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.6.3.2. Fuentes de financiamiento

Las fuentes de financiamiento se determinan mediante la identificación de los rubros que podrán ser cubiertos con recursos propios o en su defecto optar por un préstamo en una entidad bancaria.

Tabla 79-4: Fuentes de financiamiento

| Propio | Préstamo |
|----------------------|----------------------|
| \$ 100.000,00 | \$ 158.094,00 |
| \$ 100.000,00 | \$ 113.600,00 |
| | \$ 18.105,00 |
| | \$ 1.175,00 |
| | \$ 15.344,00 |
| | \$ 6.925,00 |
| | \$ 2.945,00 |
| \$ 30.580,46 | \$ 1.465,00 |
| | \$ 1.465,00 |
| \$ 900,00 | |
| \$ 9.575,00 | |
| \$ 20.105,46 | |
| \$ 1.980,00 | \$ 41.495,62 |
| | \$ 15.269,46 |
| | \$ 21.377,16 |
| | \$ 4.849,00 |
| \$ 1.980,00 | |
| \$ 132.560,46 | \$ 201.054,62 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.6.3.3. Amortización de la deuda

Para realizar el cálculo de la amortización de la deuda de han usado los siguientes datos:

- **Capital adeudado (C):** \$ 201.054,62
- **Años del proyecto (t):** 5
- **Tasa nominal unitaria (j):** 10% (tasa de interés de créditos productivos para pymes CFN).
- **Periodos de capitalización (m):** 12
- **Tasa efectiva (i):** 0.008
- **Numero de periodos de pago (n):** 60

Tabla 80-4: Cálculo de la deuda

| Año | Préstamo capital | Capital a pagar | Saldo | Interés | Cuota |
|-----|------------------|-----------------|---------------|--------------|--------------|
| 1 | \$ 201.054,62 | \$ 40.210,92 | \$ 160.843,69 | \$ 20.105,46 | \$ 60.316,39 |
| 2 | \$ 160.843,69 | \$ 40.210,92 | \$ 120.632,77 | \$ 16.084,37 | \$ 56.295,29 |
| 3 | \$ 120.632,77 | \$ 40.210,92 | \$ 80.421,85 | \$ 12.063,28 | \$ 52.274,20 |
| 4 | \$ 80.421,85 | \$ 40.210,92 | \$ 40.210,92 | \$ 8.042,18 | \$ 48.253,11 |
| 5 | \$ 40.210,92 | \$ 40.210,92 | \$ 0,00 | \$ 4.021,09 | \$ 44.232,02 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.6.3.4. Depreciación de activos fijos

La depreciación de activos fijos muestra la vida útil de los elementos bajo dicha denominación y el valor monetario que implica dicha acción, los cálculos se han realizado en función de la reglamentación sobre años de vida útil de los activos teniendo los siguientes resultados:

Tabla 81-4: Depreciación de activos fijos

| Denominación | Valor del bien | Depreciación por ley | Depreciación anual | Depreciación en el proyecto | Valor de salvamento |
|--------------------------------|----------------------|----------------------|---------------------|-----------------------------|----------------------|
| Construcciones y edificaciones | \$ 213.600,00 | 20 | \$ 10.680,00 | \$ 53.400,00 | \$ 160.200,00 |
| Maquinaria y equipo | \$ 18.105,00 | 10 | \$ 1.810,50 | \$ 9.052,50 | \$ 9.052,50 |
| Equipo de cómputo | \$ 1.175,00 | 3 | \$ 391,67 | \$ 1.958,33 | \$ 0,00 |
| Muebles y enseres | \$ 15.344,00 | 10 | \$ 1.534,40 | \$ 7.672,00 | \$ 7.672,00 |
| Menaje | \$ 6.925,00 | 5 | \$ 1.385,00 | \$ 6.925,00 | \$ 0,00 |
| Insumos | \$ 2.945,00 | 1 | \$ 2.945,00 | \$ 14.725,00 | \$ 0,00 |
| TOTAL | \$ 258.094,00 | | \$ 18.746,57 | \$ 93.732,83 | \$ 176.924,50 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.6.3.5. Amortización de activos diferidos

La amortización muestra el valor monetario correspondiente a la repartición de los costos de activos diferidos durante el tiempo de duración del proyecto.

Tabla 82-4: Amortización de activos diferidos

| Años | | | | | |
|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| \$ 32.045,46 | \$ 6.409,09 | \$ 6.409,09 | \$ 6.409,09 | \$ 6.409,09 | \$ 6.409,09 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.6.3.6. Estructura de costos y gastos

La estructura de costos y gastos resume los costos de inversión, así como el aumento que sufrirán a través del tiempo de duración del proyecto.

Tabla 83-4: Estructura de costos y gastos

| Denominación | AÑO | | | | | |
|-------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Costos de producción | | | | | | |
| Mano de obra directa | \$ 21.377,16 | \$ 22.232,25 | \$ 24.046,40 | \$ 27.048,93 | \$ 31.643,42 | \$ 38.499,06 |
| Materia prima | \$ 4.849,00 | \$ 5.042,96 | \$ 5.454,47 | \$ 6.135,53 | \$ 7.177,70 | \$ 8.732,78 |
| Insumos | \$ 2.945,00 | \$ 3.062,80 | \$ 3.312,72 | \$ 3.726,36 | \$ 4.359,32 | \$ 5.303,78 |
| | \$ 29.171,16 | \$ 30.338,01 | \$ 32.813,59 | \$ 36.910,82 | \$ 43.180,44 | \$ 52.535,61 |
| Gastos administrativos | | | | | | |
| Sueldos y salarios | \$ 15.269,46 | \$ 15.880,23 | \$ 17.176,06 | \$ 19.320,73 | \$ 22.602,53 | \$ 27.499,43 |
| Servicios básicos | \$ 1.980,00 | \$ 2.059,20 | \$ 2.227,23 | \$ 2.505,33 | \$ 2.930,88 | \$ 3.565,87 |
| Permisos de funcionamiento | \$ 900,00 | \$ 936,00 | \$ 1.012,38 | \$ 1.138,79 | \$ 1.332,22 | \$ 1.620,85 |
| Depreciaciones | \$ 0,00 | \$ 18.746,57 | \$ 18.746,57 | \$ 18.746,57 | \$ 18.746,57 | \$ 18.746,57 |
| | \$ 18.149,46 | \$ 37.622,00 | \$ 39.162,24 | \$ 41.711,42 | \$ 45.612,20 | \$ 51.432,71 |
| Gastos en ventas | | | | | | |
| Promoción y publicidad | \$ 1.465,00 | \$ 1.523,60 | \$ 1.647,93 | \$ 1.853,69 | \$ 2.168,56 | \$ 2.638,38 |
| | \$ 1.465,00 | \$ 1.523,60 | \$ 1.647,93 | \$ 1.853,69 | \$ 2.168,56 | \$ 2.638,38 |
| Gastos Financieros | \$ 0,00 | \$ 16.084,37 | \$ 12.063,28 | \$ 8.042,18 | \$ 4.021,09 | \$ 0,00 |
| Total | \$ 48.785,62 | \$ 85.567,98 | \$ 85.687,03 | \$ 88.518,12 | \$ 94.982,29 | \$ 106.606,71 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.6.3.7. Ingresos

Los ingresos han sido calculados en función de la cantidad de productos, su precio de venta correspondiente y el consumo aparente por producto; el establecimiento ofrecerá 23 productos en sus distintas áreas de producción, por tanto, se obtienen los siguientes resultados:

Tabla 84-4: Ingresos

| DENOMINACIÓN | AÑO | | | | | |
|--------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ALOJAMIENTO | | | | | | |
| Habitación Matrimonial | 96 | 100 | 104 | 108 | 113 | 117 |
| Precio | \$18,00 | \$18,72 | \$20,25 | \$22,78 | \$26,64 | \$32,42 |
| Subtotal 1 | \$1.733,44 | \$1.874,89 | \$2.109,00 | \$2.467,23 | \$3.001,76 | \$3.798,19 |
| Habitación Doble | 96 | 100 | 104 | 108 | 113 | 117 |
| Precio | \$29,00 | \$40,60 | \$43,91 | \$49,40 | \$57,79 | \$70,31 |
| Subtotal 2 | \$2.792,77 | \$4.066,27 | \$4.574,01 | \$5.350,94 | \$6.510,24 | \$8.237,53 |
| Habitación Triple | 96 | 100 | 104 | 108 | 113 | 117 |
| Precio | \$26,00 | \$27,04 | \$29,25 | \$32,90 | \$38,49 | \$46,82 |
| Subtotal 3 | \$2.503,86 | \$2.708,18 | \$3.046,33 | \$3.563,78 | \$4.335,88 | \$5.486,27 |
| ALIMENTOS Y BEBIDAS | | | | | | |
| Alimentos y bebidas | 218 | 227 | 236 | 246 | 255 | 266 |
| Precio | \$13,00 | \$13,52 | \$14,62 | \$16,45 | \$19,24 | \$23,41 |
| Subtotal 4 | \$2.837,71 | \$3.069,27 | \$3.452,51 | \$4.038,95 | \$4.914,00 | \$6.217,78 |
| ACTIVIDADES RECREATIVAS | | | | | | |
| Gincana | 40 | 42 | 45 | 39 | 59 | 72 |
| Precio | \$10,00 | \$10,40 | \$11,25 | \$12,65 | \$14,80 | \$18,01 |
| Subtotal 5 | \$400,00 | \$432,64 | \$506,13 | \$498,16 | \$876,45 | \$1.297,36 |
| Noche cultural | 35 | 36 | 39 | 44 | 52 | 63 |
| Precio | \$20,00 | \$20,80 | \$22,50 | \$25,31 | \$29,60 | \$36,02 |
| Subtotal 6 | \$700,00 | \$757,12 | \$885,72 | \$1.120,72 | \$1.533,79 | \$2.270,38 |
| Yoga acuático | 40 | 42 | 45 | 51 | 59 | 72 |
| Precio | \$9,00 | \$9,36 | \$10,12 | \$11,39 | \$13,32 | \$16,21 |
| Subtotal 7 | \$360,00 | \$389,38 | \$455,51 | \$576,37 | \$788,80 | \$1.167,62 |

| | | | | | | |
|----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Taller de tejido | 26 | 27 | 29 | 33 | 38 | 47 |
| Precio | \$22,00 | \$22,88 | \$24,75 | \$27,84 | \$32,57 | \$39,62 |
| Subtotal 8 | \$572,00 | \$618,68 | \$723,76 | \$915,79 | \$1.253,32 | \$1.855,22 |
| TRATAMIENTOS DE SPA | | | | | | |
| Masaje de piedras | 33 | 34 | 37 | 42 | 49 | 59 |
| Precio | \$9,00 | \$9,36 | \$10,12 | \$11,39 | \$13,32 | \$16,21 |
| Subtotal 9 | \$297,00 | \$321,24 | \$375,80 | \$475,51 | \$650,76 | \$963,29 |
| Aromaterapia | 28 | 29 | 31 | 42 | 49 | 59 |
| Precio | \$10,00 | \$10,40 | \$11,25 | \$12,65 | \$14,80 | \$18,01 |
| Subtotal 10 | \$280,00 | \$302,85 | \$354,29 | \$528,34 | \$723,07 | \$1.070,32 |
| Manicure | 33 | 34 | 37 | 42 | 49 | 59 |
| Precio | \$15,00 | \$15,60 | \$16,87 | \$18,98 | \$22,20 | \$27,01 |
| Subtotal 11 | \$495,00 | \$535,39 | \$626,33 | \$792,51 | \$1.084,61 | \$1.605,48 |
| Pedicure | 33 | 34 | 37 | 42 | 49 | 59 |
| Precio | \$15,00 | \$15,60 | \$16,87 | \$18,98 | \$22,20 | \$27,01 |
| Subtotal 12 | \$495,00 | \$535,39 | \$626,33 | \$792,51 | \$1.084,61 | \$1.605,48 |
| Glow up | 24 | 25 | 27 | 30 | 36 | 43 |
| Precio | \$17,00 | \$17,68 | \$19,12 | \$21,51 | \$25,16 | \$30,62 |
| Subtotal 13 | \$408,00 | \$441,29 | \$516,25 | \$653,22 | \$893,98 | \$1.323,31 |
| Limpieza facial | 33 | 34 | 37 | 42 | 49 | 59 |
| Precio | \$10,00 | \$10,40 | \$11,25 | \$12,65 | \$14,80 | \$18,01 |
| Subtotal 14 | \$330,00 | \$356,93 | \$417,56 | \$528,34 | \$723,07 | \$1.070,32 |
| RECEPCIONES | | | | | | |
| Opción 1 | 19 | 19 | 21 | 24 | 28 | 34 |
| Precio | \$800,00 | \$832,00 | \$899,89 | \$1.012,26 | \$1.184,20 | \$1.440,75 |
| Subtotal 15 | \$14.894,78 | \$16.110,19 | \$18.846,64 | \$23.847,02 | \$32.636,29 | \$48.309,68 |
| Opción 2 | 19 | 19 | 21 | 24 | 28 | 34 |

| | | | | | | |
|------------------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Precio | \$910,00 | \$946,40 | \$1.023,63 | \$1.151,44 | \$1.347,02 | \$1.638,86 |
| Subtotal 16 | \$16.942,81 | \$18.325,34 | \$21.438,06 | \$27.125,98 | \$37.123,78 | \$54.952,26 |
| Opción 3 | 19 | 19 | 21 | 24 | 28 | 34 |
| Precio | \$1.050,00 | \$1.092,00 | \$1.181,11 | \$1.328,58 | \$1.554,26 | \$1.890,99 |
| Subtotal 17 | \$19.549,39 | \$21.144,62 | \$24.736,22 | \$31.299,21 | \$42.835,13 | \$63.406,46 |
| Opción 4 | 19 | 19 | 21 | 24 | 28 | 34 |
| Precio | \$1.200,00 | \$1.248,00 | \$1.349,84 | \$1.518,38 | \$1.776,29 | \$2.161,13 |
| Subtotal 18 | \$22.342,16 | \$24.165,29 | \$28.269,97 | \$35.770,53 | \$48.954,43 | \$72.464,52 |
| PAQUETES | | | | | | |
| Paquete Halo solar | 33 | 35 | 38 | 42 | 49 | 60 |
| Precio | \$ 54,00 | \$ 56,16 | \$60,74 | \$68,33 | \$79,93 | \$97,25 |
| Subtotal 19 | \$ 1.803,47 | \$ 1.950,64 | \$2.281,97 | \$2.887,42 | \$3.951,64 | \$5.849,39 |
| Paquete Noctiluciente | 33 | 35 | 38 | 42 | 49 | 60 |
| Precio | \$ 70,00 | \$ 72,80 | \$78,74 | \$88,57 | \$103,62 | \$126,07 |
| Subtotal 20 | \$ 2.337,84 | \$ 2.528,61 | \$2.958,11 | \$3.742,95 | \$5.122,49 | \$7.582,54 |
| Paquete Arrebol | 33 | 35 | 38 | 42 | 49 | 60 |
| Precio | \$ 93,00 | \$ 96,72 | \$104,61 | \$117,67 | \$137,66 | \$167,49 |
| Subtotal 21 | \$ 3.105,98 | \$ 3.359,43 | \$3.930,06 | \$4.972,78 | \$6.805,59 | \$10.073,94 |
| Paquete Auroras | 33 | 35 | 38 | 42 | 49 | 60 |
| Precio | \$ 55,00 | \$ 57,20 | \$61,87 | \$69,59 | \$81,41 | \$99,05 |
| Subtotal 22 | \$ 1.836,87 | \$ 1.986,76 | \$2.324,23 | \$2.940,89 | \$4024,81 | \$5.957,71 |
| Paquete Arcoíris | 33 | 35 | 38 | 42 | 49 | 60 |
| Precio | \$ 86,00 | \$ 89,44 | \$96,74 | \$108,82 | \$127,30 | \$154,88 |
| Subtotal 23 | \$ 2.872,20 | \$ 3.106,57 | \$3.634,25 | \$4.598,49 | \$6.293,35 | \$9.315,69 |
| TOTAL | \$ 99.890,30 | \$ 109.086,97 | \$ 127.089,05 | \$ 159.487,64 | \$ 216.121,85 | \$ 315.880,73 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.6.3.8. Estado de resultados

El estado de resultados produce la cantidad de dinero que se obtendrá como utilidad neta una vez restados los rubros de producción, administración, utilidades e impuestos, como se evidencia en la tabla, la utilidad neta en los cinco años de duración del proyecto es positiva y va en crecimiento.

Tabla 85-4: Estado de resultados

| DENOMINACIÓN | AÑO | | | | | |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ventas | \$ 99.890,30 | \$ 109.086,97 | \$ 127.089,05 | \$ 159.487,64 | \$ 216.121,85 | \$ 315.880,73 |
| Costos De Producción | \$ 29.171,16 | \$ 30.338,01 | \$ 32.813,59 | \$ 36.910,82 | \$ 43.180,44 | \$ 52.535,61 |
| Utilidad Bruta | \$ 70.719,14 | \$ 78.748,96 | \$ 94.275,46 | \$ 122.576,82 | \$ 172.941,41 | \$ 263.345,12 |
| Gastos Administrativos | \$ 18.149,46 | \$ 37.622,00 | \$ 39.162,24 | \$ 41.711,42 | \$ 45.612,20 | \$ 51.432,71 |
| Gastos Ventas | \$ 1.465,00 | \$ 1.523,60 | \$ 1.647,93 | \$ 1.853,69 | \$ 2.168,56 | \$ 2.638,38 |
| Utilidad Operativa | \$ 51.104,69 | \$ 39.603,36 | \$ 53.465,30 | \$ 79.011,71 | \$ 125.160,65 | \$ 209.274,03 |
| Gastos Financieros | \$ 0,00 | \$ 16.084,37 | \$ 12.063,28 | \$ 8.042,18 | \$ 4.021,09 | \$ 0,00 |
| Utilidad antes de impuestos | \$ 51.104,69 | \$ 23.518,99 | \$ 41.402,02 | \$ 70.969,52 | \$ 121.139,56 | \$ 209.274,03 |
| Impuestos 25% | \$ 12.776,17 | \$ 5.879,75 | \$ 10.350,51 | \$ 17.742,38 | \$ 30.284,89 | \$ 52.318,51 |
| Utilidad antes de repartición de utilidades | \$ 38.328,52 | \$ 17.639,24 | \$ 31.051,52 | \$ 53.227,14 | \$ 90.854,67 | \$ 156.955,52 |
| Repartición de utilidades 15% | \$ 5.749,28 | \$ 2.645,89 | \$ 4.657,73 | \$ 7.984,07 | \$ 13.628,20 | \$ 23.543,33 |
| Utilidad Neta | \$ 32.579,24 | \$ 14.993,36 | \$ 26.393,79 | \$ 45.243,07 | \$ 77.226,47 | \$ 133.412,19 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.6.3.9. Punto de equilibrio

Para identificar el punto de equilibrio en la producción del establecimiento, en primer lugar, se diferenciaron los costos fijos y costos variables de la estructura de costos y gastos.

Tabla 86-4: Costos fijos y costos variables

| Denominación | AÑO | | | | | | Costos fijos | Costos variables |
|-------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|---------------------|--------------------|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| Costos de producción | | | | | | | | |
| Mano de obra directa | \$ 21.377,16 | \$ 22.232,25 | \$ 24.046,40 | \$ 27.048,93 | \$ 31.643,42 | \$ 38.499,06 | \$ 21.377,16 | |
| Materia prima | \$ 4.849,00 | \$ 5.042,96 | \$ 5.454,47 | \$ 6.135,53 | \$ 7.177,70 | \$ 8.732,78 | | \$ 4.849,00 |
| Insumos | \$ 2.945,00 | \$ 3.062,80 | \$ 3.312,72 | \$ 3.726,36 | \$ 4.359,32 | \$ 5.303,78 | | \$ 2.945,00 |
| | \$ 29.171,16 | \$ 30.338,01 | \$ 32.813,59 | \$ 36.910,82 | \$ 43.180,44 | \$ 52.535,61 | | |
| Gastos administrativos | | | | | | | | |
| Sueldos y salarios | \$ 15.269,46 | \$ 15.880,23 | \$ 17.176,06 | \$ 19.320,73 | \$ 22.602,53 | \$ 27.499,43 | \$ 15.269,46 | |
| Servicios básicos | \$ 1.980,00 | \$ 2.059,20 | \$ 2.227,23 | \$ 2.505,33 | \$ 2.930,88 | \$ 3.565,87 | \$ 1.980,00 | |
| Permisos de funcionamiento | \$ 900,00 | \$ 936,00 | \$ 1.012,38 | \$ 1.138,79 | \$ 1.332,22 | \$ 1.620,85 | \$ 900,00 | |
| Depreciaciones | \$ 0,00 | \$ 18.746,57 | \$ 18.746,57 | \$ 18.746,57 | \$ 18.746,57 | \$ 18.746,57 | | |
| | \$ 18.149,46 | \$ 37.622,00 | \$ 39.162,24 | \$ 41.711,42 | \$ 45.612,20 | \$ 51.432,71 | | |
| Gastos en ventas | | | | | | | | |
| Promoción y publicidad | \$ 1.465,00 | \$ 1.523,60 | \$ 1.647,93 | \$ 1.853,69 | \$ 2.168,56 | \$ 2.638,38 | \$ 1.465,00 | |
| | \$ 1.465,00 | \$ 1.523,60 | \$ 1.647,93 | \$ 1.853,69 | \$ 2.168,56 | \$ 2.638,38 | | |
| Gastos Financieros | \$ 0,00 | \$ 16.084,37 | \$ 12.063,28 | \$ 8.042,18 | \$ 4.021,09 | \$ 0,00 | | |
| Total | \$ 48.785,62 | \$ 85.567,98 | \$ 85.687,03 | \$ 88.518,12 | \$ 94.982,29 | \$ 106.606,71 | \$ 40.991,62 | \$ 7.794,00 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Tabla 87-4: Punto de equilibrio

| Rubro | Valor |
|---|--------------|
| Costos fijos totales | \$ 40.991,62 |
| Costos variables | \$ 7.794,00 |
| Unidades a producir | 1.131 |
| Precio de mercado | \$ 205,79 |
| QE = punto de equilibrio para las unidades a producir | 206 |
| YE = Punto de equilibrio para los ingresos | \$ 40.992,83 |
| PE = Precio de equilibrio | \$ 43,13 |
| MG = margen de ganancia | \$ 162,66 |
| U = porcentaje de producción | 0,18 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

Los resultados del cálculo de punto de equilibrio señalan que el establecimiento deberá vender 1.131 veces los productos ofertados para obtener \$ 40.992,83 de ingresos para no ganar ni perder en la operación, así mismo se define un precio de equilibrio de \$ 43,13 de la cantidad mencionada para obtener un margen de ganancia de \$ 162,66, todo eso resultado de un porcentaje de producción del 18%.

4.6.3.10. *Flujo de caja*

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

Tabla 88-4: Flujo de caja

| DENOMINACIÓN | AÑO | | | | | |
|----------------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Inversiones | \$ 333.615,08 | | | | | |
| Valor de salvamento | | | | | | \$ 176,924,50 |
| Capital de trabajo | | | | | | \$ 43.475,62 |
| Utilidad neta | | \$ 14.993,36 | \$ 26.393,79 | \$ 45.243,07 | \$ 77.226,47 | \$ 133.412,19 |
| Depreciaciones | | \$ 18.746,57 | \$ 18.746,57 | \$ 18.746,57 | \$ 18.746,57 | \$ 18.746,57 |
| Flujo de caja | -\$ 333.615,08 | \$ 33.739,92 | \$ 45.140,35 | \$ 63.989,64 | \$ 95.973,04 | \$ 372.558,88 |
| Factor de actualización | 1,00 | 0,96 | 0,92 | 0,89 | 0,85 | 0,82 |
| Flujo de caja actualizado | -\$ 333.615,08 | \$ 32.442,23 | \$ 41.734,80 | \$ 56.886,55 | \$ 82.038,15 | \$ 306.216,24 |
| Sumatorias | | | \$ 74.177,03 | \$ 131.063,58 | \$ 213.101,74 | \$ 519.317,98 |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

4.6.4. Estudio financiero

Para realizar el análisis financiero se aplicó el cálculo de cuatro ratios financieros que determinan la factibilidad del proyecto, este apartado es de suma importancia ya que los interesados en invertir en el presente proyecto podrán visualizar la probabilidad más segura de cómo el dinero generará pérdidas o ganancias al momento de invertir. La siguiente tabla muestra los resultados de los ratios financieros.

Tabla 89-4: Ratios financieros

| Ratio financiero | Resultado |
|-------------------------------------|---------------|
| Periodo de recuperación del capital | Año 5 |
| Relación beneficio – costo | \$ 1,56 |
| Valor actual neto | \$ 157.719,40 |
| Tasa interna de retorno | 16% |

Realizado por: Gusqui, P., 2022.

- **Periodo de recuperación de capital (PRC)**

Este ratio indica el tiempo en el que se recuperará el capital inicial invertido para eso se debe contrastar la cantidad de la inversión con los resultados de las sumatorias del flujo de caja actualizado y en función de eso establecer el tiempo. En este caso, la inversión inicial es de \$ 333.615,08 y tomando la información el flujo de caja se tiene que se recupera el capital en el año cinco ya que se tendrá \$ 519.317,98.

- **Relación beneficio costo (RBC)**

Para calcular este ratio se divide la suma final del flujo de caja para el total de la inversión inicial cuyo resultado indicará la cantidad monetaria de retorno por cada dólar de inversión, en este caso se tiene que por cada dólar invertido se tendrá un beneficio de \$ 1,56.

- **Valor actual neto (VAN)**

Este ratio consiste en calcular la diferencia entre los pagos, cobros e inversión lo que dará como resultado el valor restante del ejercicio, en este caso el proyecto se considera factible ya que se ha definido un valor de \$ 157.719,40.

- **Tasa interna de retorno (TIR)**

Indica el porcentaje de ganancias que genera la inversión, en este caso se puede decir que el proyecto es factible ya que la inversión generará ganancias de hasta el 16%.

CONCLUSIONES

1. El estudio de mercado demuestra que en cuanto a la oferta, en el cantón Guano existen nueve establecimientos de alojamiento turístico registrados de los cuales ninguno se clasifica como resort, además de que en el sitio de estudio existe una construcción valorada en \$ 100.000,00, belleza paisajística y entorno natural de alto valor lo cual es una oportunidad para la idea de negocio.
2. El estudio de la demanda define un nicho de mercado conformado grupos familiares nacionales, con ingresos mayores al salario básico, dispuestos a viajar a partir del 2021 y que pernoctarían al menos una noche en destinos rurales y de naturaleza; por ende, se ha concluido que para el año dos considerado año de venta, el establecimiento deberá captar 642 pax.
3. En la fase de diseño técnico de han elaborado modelos arquitectónicos para siete instalaciones dispuestas para diferentes áreas de servicio como cabañas dobles, triples y matrimoniales para el alojamiento, un spa para relajación, una piscina con bar – cafetería para recreación, un restaurante y salón de recepciones para el servicio de alimentos y bebidas y organización de eventos y por último el bloque administrativo con oficinas, recepción y auditorio.
4. En el diseño técnico de las actividades se propuso cuatro actividades: gincana, noche cultural, yoga acuático y un taller demostrativo de tejido de alfombras de tipo lúdico – deportiva, cultural, físico – deportiva y educativa respectivamente.
5. Las estrategias de comercialización se definieron en función de las 4C del marketing; para el cliente se propusieron promociones e incentivos que buscan fidelizarlo con el establecimiento; para la comunicación se ha diseñado una marca personalizada del resort, así como medios de difusión principalmente digitales y complementarios con medios convencionales de comunicación; para la conveniencia se han propuesto acuerdos estratégicos con empresas similares, empresas públicas, asociaciones y la academia; finalmente para el costo se han propuesto promociones, días de descuento y rebajas en la medida que los indicadores económicos lo permitan.
6. El estudio socioambiental demostró que el proyecto es ambientalmente viable ya que se obtuvo una valoración de 324 para impactos positivos y 247 para impactos negativos lo cual es favorable, además se elaboró un plan de manejo ambiental que busca reducir el impacto negativo y potenciar el impacto positivo de la implementación del proyecto.

7. En la fase del análisis legal se determinó que el establecimiento deberá ser constituido legalmente ante la autoridad de turismo y otras competentes como resort de mínimo cuatro estrellas, representado por una persona natural y que debe cumplir con las obligaciones y derechos propios de su naturaleza operativa.
8. En el análisis administrativo se definieron cuatro áreas macro: administrativa, hospitalidad, relajación y recreación y alimentos y bebidas; cada área tendrá un supervisor encargado que deberá rendir cuentas a la administración general, los manuales de funciones regulan las acciones del personal mientras que el flujograma estandariza los procesos de atención al cliente.
9. El estudio económico determinó la factibilidad del proyecto teniendo una inversión inicial de \$ 333.615,08, con 23 productos a ofertar, teniendo ingresos económicos positivos desde el primer año de operación; el precio de equilibrio de la oferta es de \$43,13 habiendo vendido 1.131 productos.
10. El cálculo de ratios financieros reflejó una RBC de \$ 1,56 por cada dólar de inversión, VAN de \$ 157.719,40, TIR del 16% y la recuperación del capital invertido en el año cinco de operación lo que determina que el proyecto es financieramente factible.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda realizar una inversión por fases, iniciando con la implementación del spa y piscina debido a que es un servicio más llamativo e innovador en el entorno del sitio, en una segunda fase el restaurante con salón de eventos y finalmente las cabañas para el servicio de alojamiento.
2. Volver a realizar un estudio de mercado cuando se pretenda iniciar la operación para analizar de manera más precisa la evolución de tendencias de demanda dada la nueva normalidad post COVID-19 y enfocar correctamente la misión del establecimiento.
3. Fortalecer las estrategias de comercialización en concordancia con las nuevas tendencias comunicativas del mundo globalizado con el fin de llegar a mercados más grandes y aumentar la clientela del establecimiento.
4. Hacer a largo plazo una inversión para adquirir el terreno junto al sitio de estudio para poder expandir las instalaciones del establecimiento.

BIBLIOGRAFÍA

ABARCA ZAQUINAULA, Manuel Antonio. Propuesta de un modelo alternativo de funcionamiento del sistema turístico. [En línea] (Trabajo de titulación). (Maestría) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Francisco de Orellana, Ecuador. 2017. pp. 03-05 [Consulta: 28-11-2021]. Disponible en: <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2224/1/Sistema%20Tur%C3%ADstico.pdf>

AMORES GRANDES, Andrea Jesenia. Propuesta de un modelo de negocio para la hostería Isla del Colibrí – Ruta del Cacao y Chocolate, cantón Puerto Quito, provincia de Pichincha. (Trabajo de titulación). (Grado) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba, Ecuador. 2019. pp. 01-29 [Consulta: 29-09-2021].

ARDILA VIRVIESCAS, J.A. & HUÉRFANO ZEA, W.A. *Calidad de vida: Acuayoga, una propuesta desde la educación física* [en línea]. Bogotá: 2018. [Consulta: 14 diciembre 2021]. Disponible en: <http://repository.pedagogica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12209/10115/TE-22600.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

ARNOLD CATHALIFAUD, M. & OSORIO. “Introducción a los Conceptos Básicos de la Teoría General de Sistemas”. *Cinta de Moebio* [en línea], 1998, (Chile), 3. Pp. 11. [Consulta: 28 octubre 2021]. ISSN: 0717-554X. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10100306>

BOULLÓN, R. *Planificación del espacio turístico* [en línea]. Cuarta edición. Ciudad de México-México: Trillas. 2006. [Consulta: 28 octubre 2021]. Disponible en: <http://prepacihuahatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturistico robertoc. boullon.pdf>

CABANILLA, Enrique; MOLINA, Edison & GARRIDO, Carlos. “Análisis cuantitativo y cualitativo de los datos existentes actuales, respecto a demanda interna y receptiva, que permitan el diseño de productor turísticos en el Ecuador”. (2020), (Ecuador) pp. 1- 29

CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL PARA EL TURISMO. Resolución A/RES/56/212. 21-dic-2001. Chile.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. Registro oficial 449 de 20-oct-2008.

COVARRUBIAS, R. *Evaluación del Potencial en Municipios Turísticos a través de Metodologías Participativas* [en línea]. Colima-México: eumed.net. 2014. [Consulta: 09 agosto 2021]. Disponible en: <https://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/index.htm>

DOMÍNGUEZ CHAVIRA, C.T. *La Lúdica: Una Estrategia Pedagógica Depreciada* [en línea]. 1ra. Juárez: Subdirección de publicaciones 2015. [Consulta: 14 diciembre 2021]. ISBN 978-607-520-171-9. Disponible en: <http://www3.uacj.mx/DGDCDC/SP/Documents/RTI/2015/ICSA/La%20ludica.pdf>.

DUVERGEL COBAS, Y. & ARGOTA VEGA, L. “Estudio de factibilidad económica del producto sistema automatizado cubano para el control de equipos médicos”. *3C Tecnología: glosas de innovación aplicadas a la pyme* [en línea], 2017, (Cuba), 6(4). Pp. 46-63. [Consulta: 17 noviembre 2021]. ISSN: 2254-4143. Disponible en: <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2017/12/Art4-1.pdf>

ECHEVERRÍA RUÍZ, C. “Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto”. *Publicando*, vol. 4, n° 13 (2017), (Ecuador) pp. 172-188

ERAZO ÁLVAREZ, J.; PINZÓN PRADO, L.; VÁSQUEZ LAFEBRE, L & QUEVEDO BARROS, M. “Impacto del covid-19 en el emprendimiento del sector turístico en el Ecuador (2020)”. *Dialnet* [en línea], 2020, (Ecuador), 06 (03). Pp. 1352-1367. [Consulta: 03 febrero 2022]. ISSN: 2477-8818. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7562481>

FERNÁNDEZ, E. *Los proyectos de inversión*. 2da ed. Costa Rica: Tecnológica. 2011. [Consulta: 17 de octubre de 2021].

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN GUANO. 2019. Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Guano 2019 - 2023. [Citado el: 29 septiembre 2021].

GUERRERO LÓPEZ, Vianna Yeliza & SANTACRUZ CONEO, Angelica Julesy. Estudio de mercados, administrativo y legal, para la constitución de un centro de acopio de productos agrícolas en el municipio de Puerto Wilches Santander. [En línea] (Trabajo de titulación). (Maestría) Universidad Industrial de Santander. Bucaramanga, Colombia. 2019. pp. 24-27

[Consulta: 15-11-2021]. Disponible en:
<http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2016/165080.pdf>

GUTIÉRREZ PEÑAHERRERA, Jonathan Alexander & PÉREZ RODRÍGUEZ, Sofía Paola. El marketing digital y su incidencia en el posicionamiento de marca en la empresa Integra en la ciudad de Ambato. [En línea] (Trabajo de titulación). (Grado) Universidad Técnica de Ambato. Ambato, Ecuador. 2021. pp. 01-15 [Consulta: 05-12-2021]. Disponible en: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/33268/1/004%20MT.pdf>

HICHOS GARCÍA, Jehimy Suley. Las 4 c's del mercadeo como herramienta mercadológica en el lanzamiento de un producto en el mercado. [En línea] (Trabajo de titulación). (Grado) Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala. 2009. pp. 01-17 [Consulta: 05-12-2021]. Disponible en: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0766.pdf

NTE INEN 2429:2008. *Turismo. Recepcionista. Requisitos de competencia laboral.*

NTE INEN 2432:2008. *Turismo. Camarera de pisos. Requisitos de competencia laboral.*

NTE INEN 2436:2008. *Turismo. Administrador de restaurante. Requisitos de competencia laboral.*

NTE INEN 2440:2008. *Turismo. Mesero. Requisitos de competencia laboral.*

NTE INEN 2441:2008. *Turismo. Cocinero polivalente. Requisitos de competencia laboral.*

NTE INEN 2449:2008. *Turismo. Auditor nocturno. Requisitos de competencia laboral.*

NTE INEN 2450:2008. *Turismo. Administrador de empresas de alojamiento. Requisitos de competencia laboral.*

NTE INEN 2455:2008. *Turismo. Asistente de cocina. Requisitos de competencia laboral.*

INSTITUTO GEOGRÁFICO MILITAR DEL ECUADOR. *Atlas turístico del Ecuador: cuatro mundos para descubrir.* Quito-Ecuador: Ministerio de Turismo, 2020. ISBN: 978-9942-22-496-5 pp. 5-130.

IZQUIERDO MORÁN, A; VITERI INTRIAGO, D; BAQUE VILLANUEVA, L & ZAMBRANO NAVARRETE, S. “Estrategias de marketing para la comercialización de producto biodegradables de aseo y limpieza de la empresa Quibisa”. *Universidad y Sociedad* [en línea], 2020, (Chile), 12(4). Pp. 399-406. [Consulta: 05 diciembre 2021]. Disponible en: <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-399.pdf>

JARAMILLO FLORES, María José. Estudio de factibilidad para la implementación de una hostería, para la hacienda El Sinche en la parroquia Guanujo, cantón Guaranda, provincia de Bolívar. [En línea] (Trabajo de titulación). (Grado) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba, Ecuador. 2014. pp. 32-47 [Consulta: 10-08-2021]. Disponible en: <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/3671/1/23T0426%20.pdf>

LEDESMA BRAVO, Israel Alfonso. Modelo de negocio para la hostería “Estancia All Natural” en la ciudad de Puyo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza. (Trabajo de titulación). (Grado) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba, Ecuador. 2020. pp. 01-25 [Consulta: 29-09-2021].

LEY DE TURISMO. Registro oficial 733 de 27-dic-2002.

LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN. Registro oficial 151 de 28-feb-2020

LLUGSHA, V. *Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19* [en línea]. Quito-Ecuador: Abya Yala. 2021. [Consulta: 05 noviembre 2021]. Disponible en: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/58451.pdf>

LUCERO PROAÑO, G.; CUNALATA GARCÍA, A. & MALDONADO CASTILLO, P. “Turismo y COVID-19: Problemas socioeconómicos y ambientales en Ecuador”. *Green World Journal* [en línea], 2020, (Ecuador), 03 (03). Pp. 17. [Consulta: 03 febrero 2022]. ISSN: 2737-6109. Disponible en: <https://en.greenworldjournal.com/doi-027-gwj-2020>

LUNA, Rafael & CHAVES, Damaris. *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos.* [blog]. Guatemala: 2001. [Consulta: 17 noviembre 2021]. Disponible en: https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV04/semana4/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf

MACHADO SUAREZ, Luisa del Rocío. Los productos ecoturísticos y su incidencia en el

desarrollo turístico en la parroquia La Providencia cantón Guano provincia de Chimborazo perteneciente a la zona de riesgo del volcán Tungurahua. [En línea] (Trabajo de titulación). (Maestría) Universidad Técnica de Ambato. Ambato, Ecuador. 2013. pp. 1-13 [Consulta: 10-08-2021]. Disponible en: https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/4865/1/tma_2013_1015.pdf

MAMANI VILLASANTE, W. *Historia del hotelería* [blog]. [Consulta: 17 noviembre 2021]. Disponible en: <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/05/13/historia-de-la-hoteleria/>

MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, COMERCIO EXTERIOR INVERSIONES Y PESCA. 2021. Tendencias del Mercado de Turismo Post Pandemia. [Citado el: 29 septiembre 2021].

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. 2021. Catastro Turístico Nacional. *Ministerio de Turismo*. [En línea] El gobierno del encuentro, 2020. [Citado el: 29 septiembre 2021]. Disponible en: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. 2021. Comportamiento del Turismo a Nivel Nacional dada la nueva normalidad generada por la afectación del virus COVID-19. *Ministerio de Turismo*. [En línea] El gobierno del encuentro, 2020. [Citado el: 04 noviembre 2021]. Disponible en: https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/DespuesCovid/Comportamiento-Covid-VERSION-FINAL_JSP.pdf

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. 2018. Manual de Atractivos Turísticos. *Ministerio de Turismo*. [En línea]. [Citado el: 11 noviembre 2021]. Disponible en: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. 2020. Plan de Reactivación Turística. *Ministerio de Turismo*. [En línea] El gobierno de todos, 2020. [Citado el: 04 noviembre 2021]. Disponible en: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Plan-Reactivacion-Turistica-Red_compressed.pdf

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. 2019. Plan de Turismo 2030. *Ministerio de Turismo*. [En línea]. [Citado el: 28 noviembre 2021]. Disponible en:

https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf

MONCLÚS GARRIGA, C. Las actividades culturales como herramienta de transformación social y personal. [en línea]. Valencia: 2014 [Consulta: 14 diciembre 2021]. Disponible en: https://www.academia.edu/10858446/LAS_ACTIVIDADES_CULTURALES_COMO_HERRAMIENTA_DE_TRANSFORMACION_SOCIAL_Y_PERSONAL.

NOBOA, P. *Texto básico de Gestión del Patrimonio Cultural e Inmaterial*. Riobamba-Ecuador. 2020 pp.5.

NÚÑEZ JIMÉNEZ, E. *Guía para la preparación de proyectos de servicios públicos municipales* [en línea]. Primera edición. Toluca-México: 1997. [Consulta: 17 noviembre 2021]. Disponible en: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/3/1430/8.pdf>

PEREA CABALLERO, A., LÓPEZ NAVARRETE, G., PEREA MARTÍNEZ, A., REYES GÓMEZ, U., SANTIAGO LAGUNES, L., RÍOS GALLARDO, P., LARA CAMPOS, A., GONZÁLES VALADEZ, A., GARCÍA OSORIO, V., HERNÁNDEZ LÓPEZ, M., SOLÍS AGUILAR, D. and DE LA PAZ MORALES, C. Importancia de la Actividad Física. *Revista Médico-Científica de la secretaría de Salud Jalisco* [en línea], no. 2, pp. 121–125. 2019. [Consulta: 14 diciembre 2021]. Disponible en: <https://www.medigraphic.com/pdfs/saljalisco/sj-2019/sj192h.pdf>.

PÉREZ VALDIVIESO, Ronney Absalón. Diseño de una ruta turística para deportes de aventura en el cantón Guano, provincia de Chimborazo. [En línea] (Trabajo de titulación). (Grado) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba, Ecuador. 2018. pp. 01-05 [Consulta: 15-11-2021]. Disponible en: <file:///C:/Users/DELL/Downloads/23T0708.pdf>

REGGIANI, G. *Desarrollo Territorial Turístico* [en línea]. Primera edición. Santa Fé-Argentina: ediciones UNL. 2020. [Consulta: 08 noviembre 2021]. Disponible en: https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar:8443/bitstream/handle/11185/5546/desarrollo_territorial_turistico_web.pdf?sequence=1&isAllowed=y

REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO. Registro oficial 465 de 24-mar-2015.

SEVILLA ARIAS, Pablo. 4 C's del marketing. [En línea] Economipedia., 15 de octubre de 2020. [Citado el: 29 septiembre 2021.] <https://economipedia.com/definiciones/4-cs-del-marketing.html>

TIERRA, N. *Planificación y Ordenamiento Territorial del Turismo*. Riobamba-Ecuador. 2020 pp 4.

VARISCO, C. *Sistema turístico, subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios* [en línea]. Mar de Plata-Argentina: Universidad Nacional de Mar de Plata. 2013. [Consulta: 29 octubre 2021]. Disponible en: <http://nulan.mdp.edu.ar>

VÁSQUEZ, L. *Demanda insatisfecha* [blog]. [Consulta: 05 diciembre 2021]. Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/63155301/DemandaInsatisfecha#:~:text=Demanda%20Insatisfecha%3A%20Se%20llama%20Demanda,es%20mayor%20que%20la%20Oferta.>

VÉLEZ, Ximena. Estudio de factibilidad para la implementación de un Centro Ecoturístico en el cantón Joya de los Sachas, provincia de Orellana. (Trabajo de titulación). (Grado) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba, Ecuador. 2016. [Consulta: 17-11-2021].

ANEXOS

ANEXO A: Guía de entrevista para el análisis de oferta sustitutiva

| 1. DATOS GENERALES | | | | |
|--|------------------------------|-------------------------------|------------------------|------------------------|
| Nombre del establecimiento turístico: | | | | |
| Años de funcionamiento: | | | | |
| 1.1 Ubicación: | 1.1.1 Urbano | | 1.1.2 Rural | |
| 1.2 Coordenadas: | 1.2.1 Latitud: | 1.2.2 Longitud: | | |
| | | 1.2.3 Altitud: | | |
| 1.3 Parroquia: | | | | |
| 1.4 Dirección: | | | | |
| 1.5 Página Web | | | | |
| 1.6 E-mail: | | | | |
| 1.7 Teléfono/Fax: | | | | |
| 2. ADMINISTRACIÓN | | | | |
| 2.1 Condición de propiedad: | | | | |
| 2.2 Fecha de inicio de operación del negocio: | | | | |
| 2.3 Administración del establecimiento: | | | | |
| 2.4 Número de personas que trabajan: | | | | |
| Observación (total, hombres, mujeres, permanentes, ocasionales, beneficios de ley, otros): | | | | |
| 3. CONSTITUCIÓN DE LA OFERTA | | | | |
| 3.1 Tipo de oferta: | | | | |
| Hospedaje: | | | | |
| CAPACIDAD TOTAL | Número de camas | Número de habitaciones | Precio más alto | Precio más bajo |
| | | | | |
| Alimentación: | | | | |
| CAPACIDAD TOTAL | Cantidad de mesas | Cantidad de sillas | Precio más alto | Precio más bajo |
| | | | | |
| Atractivos: | | | | |
| Tipo | Breve caracterización | | | |
| Naturales: | | | | |
| Culturales: | | | | |
| Actividades: (indique la actividad de acuerdo al ámbito) | | | | |
| Terrestres | Acuáticas | Terrestres | Aéreas | Otros |
| | | | | |
| | | | | |
| Tours: | | | | |
| Nombre | Duración | Servicios incluidos | Precio por pax | |
| | | | | |

| Observaciones: | | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------|--|--|------|-----------|-----------|--|--------------|--|-------------------|--|---------------------|--|
| 3.2 Formas de reserva | | | | | | | | | | | | | |
| 3.3 Formas de pago | | | | | | | | | | | | | |
| 3.4 Servicios complementarios | | | | | | | | | | | | | |
| 4. COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN | | | | | | | | | | | | | |
| 4.1 Publicidad | | | | | | | | | | | | | |
| 4.2 Forma de comercialización | | | | | | | | | | | | | |
| Directa () Indirecta / intermediarios () | | | | | | | | | | | | | |
| 4.3 Alianzas estratégicas para colocar el producto en el mercado | | | | | | | | | | | | | |
| 5. Acceso a servicios básicos | | | | | | | | | | | | | |
| <table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo</th> <th>Condición</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5.1 Agua:</td> <td></td> </tr> <tr> <td>5.2 Energía:</td> <td></td> </tr> <tr> <td>5.3 Comunicación:</td> <td></td> </tr> <tr> <td>5.4 Alcantarillado:</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> | | | | Tipo | Condición | 5.1 Agua: | | 5.2 Energía: | | 5.3 Comunicación: | | 5.4 Alcantarillado: | |
| Tipo | Condición | | | | | | | | | | | | |
| 5.1 Agua: | | | | | | | | | | | | | |
| 5.2 Energía: | | | | | | | | | | | | | |
| 5.3 Comunicación: | | | | | | | | | | | | | |
| 5.4 Alcantarillado: | | | | | | | | | | | | | |
| Número de turistas que recibieron entre 2020 y 2021: | | | | | | | | | | | | | |

ANEXO B: Formato de reserva de servicios

|  <i>Aurora Resort</i> | | | | | |
|---|---|---|---|--|--|
| Número de formato: | | Fecha: | | | |
| Datos personales | | | | | |
| Apellidos: | | Nombres: | | | |
| País de origen: | | E-mail: | | | |
| Edad: | | Fecha de nacimiento: | | | |
| Fecha de llegada: | | Fecha de salida: | | | |
| Datos del servicio | | | | | |
| Alojamiento <input type="checkbox"/> | Spa <input type="checkbox"/> | Restaurante <input type="checkbox"/> | Actividades <input type="checkbox"/> | Eventos <input type="checkbox"/> | Paquetes <input type="checkbox"/> |
| Cabaña matrimonial <input checked="" type="checkbox"/> | Aromaterapia <input type="checkbox"/> | Desayuno <input type="checkbox"/> | Gincana <input type="checkbox"/> | Menú 1 <input type="checkbox"/> | Halo solar <input type="checkbox"/> |
| | Limpieza facial <input type="checkbox"/> | | Noche cultural <input type="checkbox"/> | Menú 2 <input type="checkbox"/> | Noctiluciente <input type="checkbox"/> |
| Cabaña doble <input type="checkbox"/> | Masaje de piedras <input type="checkbox"/> | Almuerzo <input type="checkbox"/> | Yoga acuático <input type="checkbox"/> | Menú 3 <input type="checkbox"/> | Arrebol <input type="checkbox"/> |
| | Manicure <input type="checkbox"/> | | Taller de tejido <input type="checkbox"/> | Menú 4 <input type="checkbox"/> | Auroras <input type="checkbox"/> |
| Cabaña triple <input type="checkbox"/> | Pedicure <input type="checkbox"/> | Cena <input type="checkbox"/> | | | Arcoíris <input type="checkbox"/> |
| | Glow Up <input type="checkbox"/> | | | | |
| Número de pax: | | | | | |
| Forma de pago: | Tarjeta de crédito <input type="checkbox"/> | Efectivo <input type="checkbox"/> | Transferencia <input type="checkbox"/> | Tarjeta de débito <input type="checkbox"/> | |
| Cargos adicionales | | | | | |
| Detalle | | | Cantidad | P. unitario | Precio total |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| TOTAL A PAGAR: | | | | | |
| | | | | | |
| Observaciones: _____ | | | | | |

ANEXO C: Encuesta de satisfacción de servicios

|  <i>Aurora Resort</i> | | | |
|---|-----------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| Encuesta de satisfacción | | | |
| Origen: | Nacional <input type="checkbox"/> | Extranjero <input type="checkbox"/> | |
| Edad: | Sexo: | Masculino <input type="checkbox"/> | Femenino <input type="checkbox"/> |
| Servicio adquirido: | | | |
| Alojamiento <input type="checkbox"/> | Spa <input type="checkbox"/> | Restaurante <input type="checkbox"/> | Actividades <input type="checkbox"/> |
| Eventos <input type="checkbox"/> | Paquetes <input type="checkbox"/> | | |
| Instrucción: Marque la casilla que corresponda según su experiencia (1 = Deficiente; 2 = Muy bueno; 3 = Excelente) | | | |
| Detalle | 1 | 2 | 3 |
| Calidad del servicio | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Calidad de las instalaciones | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Profesionalismo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Atención a necesidades | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Tiempo de respuesta | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El establecimiento en general es: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Recomendación: | | | |

ANEXO D: Ficha del paciente

|  <i>Aurora Resort</i> | | | |
|---|--------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Ficha del paciente | | | |
| Número de ficha: | | Fecha: | |
| Datos personales | | | |
| Apellidos: | | Nombres: | |
| País de origen: | | Edad: | |
| Teléfono: | | Nº de reserva: | |
| Datos de salud | | | |
| ¿Ingiera algún medicamento? | | Si <input type="checkbox"/> | No <input type="checkbox"/> |
| Explique: | | | |
| ¿Sufre de alguna enfermedad de cualquier tipo actualmente? | | Si <input type="checkbox"/> | No <input type="checkbox"/> |
| Explique: | | | |
| ¿Sufre de alguna enfermedad específica de la piel? | | Si <input type="checkbox"/> | No <input type="checkbox"/> |
| Explique: | | | |
| ¿Tiene algún tipo de alergia? | | Si <input type="checkbox"/> | No <input type="checkbox"/> |
| Explique: | | | |
| ¿Tiene algún tipo de implante o dispositivo vital? | | Si <input type="checkbox"/> | No <input type="checkbox"/> |
| Explique: | | | |
| ¿Usa una marca específica de cosméticos para el cuidado de la piel? | | Si <input type="checkbox"/> | No <input type="checkbox"/> |
| Explique: | | | |
| ¿Se ha sometido a algún tipo de cirugía? | | Si <input type="checkbox"/> | No <input type="checkbox"/> |
| Explique: | | | |
| Datos del servicio | | | |
| Tratamientos requeridos: | Masaje con piedras | <input type="checkbox"/> | |
| | Aromaterapia | <input type="checkbox"/> | |
| | Limpieza facial | <input type="checkbox"/> | |
| | Manicure | <input type="checkbox"/> | |
| | Pedicure | <input type="checkbox"/> | |
| | Glow Up | <input type="checkbox"/> | |
| | | | |
| Firma del encargado/a | | Firma del cliente | |



epoch

**Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje**

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

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 24 / 08 / 2022

| |
|---|
| INFORMACIÓN DE LA UTORA |
| Nombres – Apellidos: Priscila Carolina Gusqui Carrasco |
| INFORMACIÓN INSTITUCIONAL |
| Facultad: Recursos Naturales |
| Carrera: Turismo |
| Título a optar: Licenciada en Turismo |
| f. responsable: Ing. Cristhian Fernando Castillo Ruiz |

1546-DBRA-UTP-2022