



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

**FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA Y CIENCIAS DEL MAR**

**“PLANIFICACIÓN DE LAS INSTALACIONES  
Y DISEÑO DE ACTIVIDADES DE UN CENTRO DE  
RELAJACIÓN Y MEDITACIÓN EN EL CANTÓN  
EL TRIUNFO”**

**TESIS DE GRADO**

Previa a la obtención del título de:

**LICENCIADO EN TURISMO**

Presentado por:

Karla Chávez Navarrete

GUAYAQUIL – ECUADOR

AÑO

2010

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco de todo corazón a mis profesores en general, por todos los conocimientos impartidos en estos años de estudios y por la amistad que cada uno me brindó, a mi coordinador M.Sc. Julio Gavilanes por el positivismo y armonía que siempre me transmitió, a mi ejemplo a seguir, Master Carla Ricaurte, a mi tutor de tesis Ing. Pedro Rivadeneira por su paciencia y que a pesar de que, ambos éramos nuevos en éste tema de graduación, supimos acoplaros bien, a mis hermanos Eduardo Francisco Chávez Navarrete y Rubén Santiago Chávez Navarrete por sus consejos y apoyo, a mi primo, Ing. Víctor Orozco por toda su ayuda que me brindó en la realización de ésta tesis, a mi padre Francisco Chávez Vásquez por su apoyo en mis momentos tristes y a mis grandes amigas Paola, Kennia y Marita, por una amistad que todo lo supera.

***Karla Chávez Navarrete***

## **DEDICATORIA**

Esta tesis se la dedico al amor de mi vida, mi madre Flor María Navarrete Cedeño, por la paciencia que siempre ha tenido conmigo. Te dedico ésta tesis mamá agradeciendo todo tu sacrificio y tu esfuerzo por sacarme adelante, para que llegue a ser una mujer de bien y de provecho para mi país.

A mi mejor amiga, mi hermana Tatiana Chávez Navarrete, a mis tres niñas preciosas Ariana, Paulita y Domenica y le pido a Dios nunca defraudarlas y poder ser para ellas un buen ejemplo, a mi pepito que lo amaré por siempre, También le dedico ésta tesis a Dios demostrándole que he cumplido y prometo ser mejor cada día.

***Karla Chávez Navarrete***

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

Ing. Pedro Rivadeneira

DIRECTOR DE TESIS

---

M.Sc. Julio Gavilanes

VOCAL PRINCIPAL

---

M.Sc. Jerry Landivar

VOCAL PRINCIPAL

## DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad de esta Tesis de Grado, me corresponden exclusivamente;  
y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR  
POLITÉCNICA DEL LITORAL”

(Reglamento de Graduación de la ESPOL)

---

Karla Chávez Navarrete

## **RESUMEN**

Partiendo desde el concepto del conservacionista mexicano Héctor Cevallos que dijo, "El ecoturismo es un viaje que crea un entendimiento de la historia cultural y natural en tanto, se vele la integridad del ecosistema, produciendo beneficios a la comunidad" todo esto es lo que se espera causar en el cantón El Triunfo, éste pueblo que vive de la agricultura, no imaginan las bellezas paisajista que cuenta y que podrían ser utilizadas sustentablemente.

En la actualidad los seres humanos hemos incrementado y acumulado ciertas cargas negativas y estrés mental por varios años de agotamiento laboral y ambiental, por lo cual se ha convertido en una necesidad básica el poder llegar a reencontrarse con la naturaleza, por todas estas necesidades se consideró crear la planificación de instalaciones y diseño de actividades de un centro de relajación y meditación donde los visitantes podrán encontrarse y vivir con la naturaleza, además de practicar yoga y realizarse tratamientos de belleza que eliminen en cansancio del cuerpo.

El cantón El Triunfo cuenta con 37.117 habitantes y está rodeado de bosques primarios y secundarios, gracias a esto cuenta con un clima único y perfecto para la meditación y actividades turísticas.

Una de las zonas más llamativas del sector es la que tiene el señor Franklin Rodrigo Arriela, un agricultor que cuenta con 56 ha y donde la abundancia de la flora y la fauna hacen de este sitio el indicado para el proyecto.

Para su mejor estudio y planificación se dividió el terreno en tres partes; zona baja-cueva, media-residencia y alta-meditación, ésta propuesta que contará con infraestructura como: hotelería, restauración, sala para spa y yoga además de instalaciones como puentes ecológicos, senderos, áreas verdes y parqueadero, por supuesto todo esto irá de la mano con la sustentabilidad del ecosistema, y para lograrlo se realizaron estudios tales como: FODA donde su principal fortaleza es su excelente ubicación geográfica y su debilidad es ser un cantón no conocido turísticamente además de impactos ambientales y uno de los más peligrosos es el problema de manejo en los desechos de sólidos y líquidos.

Se utilizaron así mismo estrategias de mercado tales como, el marketing mix, marketing viral entre otros, tratando al máximo de captar la atención del exquisito mercado femenino, de la misma manera se realizó una gestión de comercialización con alianzas a varias instituciones tanto públicas como privadas y finalmente aspectos financieros donde se demostró que el centro es rentable y sostenible por medio de indicadores financieros, el centro de relación cuenta con una tasa de retorno de 117% en el optimista y el 52 % en el conservador.

Este estudio pretende demostrar que es posible vivir de manera sustentable y a la vez conjugarlo con el relax, la meditación y actividades turísticas.

**ÍNDICE GENERAL**

	<b>PÁG.</b>
ÍNDICE GENERAL	I
ÍNDICE DE IMÁGENES	VII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	X
ÍNDICE DE TABLAS	XII
ÍNDICE DE ANEXOS	XV
INTRODUCCIÓN	1

## **Capítulo 1**

### **MARCO TEÓRICO Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

1.1	Definiciones	6
1.2	Turismo	8
1.3	Investigación de Campo	8
	1.3.1 Aspectos históricos	8
	1.3.2 Clima y suelo	11
	1.3.3 Educación	11
	1.3.4 Salud	11
	1.3.5 Saneamiento	12
	1.3.6 Hidrografía	13
	1.3.7 Fuentes de ingreso	13

## **Capítulo 2**

### **ESTUDIOS TECNICOS**

2.1	Análisis situacional	15
	2.1.1 Descripción del sitio	15

	<b>PAG</b>
2.2 Oferta turística	24
2.2.1 Inventario de atractivos	24
2.2.2 Manifestaciones culturales	30
2.2.3 Inventario de acontecimientos programados	31
2.3 Planta turística	32
2.4 Infraestructura	34
2.5 Impactos ambientales	36
2.5.1 Impactos positivos	37
2.5.2 Impactos negativos	38
2.5.3 Check list de impactos positivos y negativos	38
2.5.4 Mitigación de los impactos negativos	39
2.5.5 Importancia de cada impacto positivo	43
2.6 Estudio de capacidad de carga	46
2.6.1 Capacidad de carga física	47
2.6.2 Capacidad de carga real	54
2.7 Análisis FODA del destino	58

### **Capítulo 3**

#### **ESTRATEGIAS DE MERCADO**

3.1 Estudio de mercado	69
3.1.1 Pasos para una investigación de mercado	70

	<b>PAG</b>
3.1.2 Objetivos de la investigación	71
3.1.3 Diseño de la investigación	72
3.1.4 Investigación en el cantón El Triunfo sobre la oferta turística	73
3.1.5 Diseño de muestra	75
3.1.6 Análisis de investigación	78
3.2 Segmentación de mercado	100
3.2.1 Mercado específico	101
3.2.2 Segmentación geográfica	101
3.2.3 Segmentación demográfica	102
3.2.4 Segmentación psicográfica	103
3.2.5 Sujetos de estudio	103
3.3 Competencia turística	107
3.4 Matriz FODA del centro de meditacion y relajación El Triunfo	123
3.5 Demanda potencial	124
3.6 Plan de promoción	125
3.6.1 Marketing turístico	126
3.6.2 Estrategias de mercado	134
3.6.3 Marketing directo	135
3.6.4 Marketing viral	138
3.6.5 Marketing interno	140

	<b>PAG</b>
3.7 Plan de relaciones publicas	142
3.7.1 Herramientas de promoción	142
3.8 Alianzas estratégicas	143

#### **Capítulo 4**

#### **PROPUESTA DE SERVICIOS**

4.1. Facilidades de ingreso	145
4.2. Descripción de los servicios	147
4.2.1 Servicios principales	148
4.3 Instalaciones a implementar (Zonificación)	160
4.3.1 Puente ecológico	160
4.3.2 Sendero ecológico	161
4.3.3 Parqueo	164
4.3.4 Servicios higiénicos ecológicos	165
4.3.5 Instalaciones de agua	168
4.3.6 Fosa séptica	171
4.3.7 Señalización	172
4.3.8 Escalinatas	177
4.4 Clasificación de ejercicios a realizarse	178
4.5 Clasificación de los masajes a realizarse	185

**Capítulo 5****ASPECTOS FINANCIEROS Y ADMINISTRATIVOS**

5.1 Organigrama	189
5.2 Inversiones	203
5.3 Ingresos y gastos	204
5.4 Plan de financiamiento	208
5.5 Proyecto de estado de pérdidas y ganancias	210
5.6 Análisis del costo del proyecto	212
<b>Conclusiones</b>	<b>215</b>
<b>Recomendaciones</b>	<b>217</b>
<b>Anexos</b>	<b>219</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>237</b>

## **SIMBOLOGÍA**

**ha:** hectárea

**KM:** Kilómetros

**CM:** Centímetros

**MSNM:** Metros sobre el nivel del mar

**ÍNDICE DE IMÁGENES**

	<b>PAG</b>
<b>IMAGEN #1</b> Límites y Ubicación	10
<b>IMAGEN #2</b> Zona del proyecto	16
<b>IMAGEN #3</b> Cascada dentro de la zona	18
<b>IMAGEN #4</b> Zona media- residencia y piscina de tilapia	19
<b>IMAGEN #5</b> Zona Madia- residencia	21
<b>IMAGEN #6</b> Zona alta- meditación	22
<b>IMAGEN #7</b> Flora Existente en la zona	25
<b>IMAGEN #8</b> Fauna Existente en la zona	30
<b>IMAGEN #9</b> Masaje con Barro en el Hotel Hacienda y Spa en México	107
<b>IMAGEN #10</b> Edificio Equilibrium unos de las principales	108
<b>IMAGEN #11</b> Luna Runtun	116
<b>IMAGEN #12</b> Termas de Papallacta	118

	<b>PAG</b>
<b>IMAGEN #13</b> Refugio Spa Garden	120
<b>IMAGEN #14</b> Sala de conferencia	149
<b>IMAGEN #15</b> Zona de meditación 1 y 2	150
<b>IMAGEN #16</b> Plano de la sala de meditación y masaje	151
<b>IMAGEN #17</b> Replica de la fachada de la sala de ejercicios y masajes	151
<b>IMAGEN #18</b> Minerales del sector	152
<b>IMAGEN #19</b> Masaje de piedras calientes	152
<b>IMAGEN #20</b> Plano de la sala de masajes	153
<b>IMAGEN #21</b> Plano de la sala de masajes en zoom	153
<b>IMAGEN #22</b> Replica de la fachada de la sala de masajes	154
<b>IMAGEN #23</b> Entrada a la mina de la zona, ángulo a y ángulo b	155
<b>IMAGEN #24</b> Diseño de las habitaciones simples, dobles y suites	156
<b>IMAGEN #25</b> Plano del Hotel	157
<b>IMAGEN #26</b> Plano del restaurante	159
<b>IMAGEN #27</b> Replica de la fachada del restaurante	159
<b>IMAGEN #28</b> Diseño del puente ecológico	161
<b>IMAGEN #29</b> Diseño del sendero	163

<b>IMAGEN #30</b>	Plano del parqueadero	164
<b>IMAGEN #31</b>	Diseño de los baños ecológicos	165
<b>IMAGEN #32</b>	Proceso de limpieza de los baños ecológicos	167
<b>IMAGEN #33</b>	Proceso de purificación del agua	168
<b>IMAGEN #34</b>	Proceso de filtración del agua	169
<b>IMAGEN #35</b>	Almacenamiento del agua	170
<b>IMAGEN #36</b>	Diseño de la fosa séptica	172
<b>IMAGEN #37</b>	Plano de la señalización del sitio	173
<b>IMAGEN #38</b>	Diseño de señalizaciones para el centro	174
<b>IMAGEN #39</b>	Diseño de los basureros para el centro	176
<b>IMAGEN #40</b>	Diseño de la escalinata	177
<b>IMAGEN #41</b>	Práctica del yoga	178

**ÍNDICE DE GRÁFICOS**

	<b>PAG.</b>
<b>GRÁFICO #1</b> Encuesta a los pobladores de El Triunfo	75
<b>GRÁFICO #2</b> Género de la población del muestreo	79
<b>GRÁFICO #3</b> Rango de edad de las personas en el muestreo	80
<b>GRÁFICO #4</b> Rango de edad de las mujeres del muestreo	81
<b>GRÁFICO #5</b> Rango de edad de los hombres del muestreo	82
<b>GRÁFICO #6</b> Población que han visitado los centros de relajación	84
<b>GRÁFICO #7</b> Población de mujeres que han visitado los centros de relajación	85
<b>GRÁFICO #8</b> Población de hombres que han visitado estos centros o spa	85
<b>GRÁFICO #9</b> Población que conoce los servicios que ofrece un centro o spa	86
<b>GRÁFICO #10</b> Frecuencia de visitas	88
<b>GRÁFICO #11</b> Frecuencia de Visitas en la población femenina	89
<b>GRÁFICO #12</b> Frecuencia de visitas en la población masculina	90
<b>GRÁFICO #13</b> Conocimientos acerca de los centro o spa	91

**PAG**

<b>GRÁFICO #14</b> Conocimientos prácticos sobre el yoga	92
<b>GRÁFICO #15</b> Necesidades de los encuestados sobre la practica del yoga	93
<b>GRÁFICO #16</b> Los principales competidores del centro de relajación	94
<b>GRÁFICO #17</b> Preferencia a la hora de consumir los servicios	95
<b>GRÁFICO #18</b> Disponibilidad económica de los encuestados	96
<b>GRÁFICO #19</b> Disponibilidad para viajar a un centro de relajación o spa	97
Fuera de Guayaquil	
<b>GRÁFICO #20</b> Principales motivos para asistir a un centro de relajación o spa	98

**ÍNDICE DE TABLAS**

		<b>PAG.</b>
<b>TABLA I</b>	Ficha #1 de inventarios de atractivos turísticos	25
<b>TABLA II</b>	Ficha #2 de inventario de atractivos turísticos	27
<b>TABLA III</b>	Flora y fauna existente a los alrededores del proyecto	29
<b>TABLA IV</b>	Inventario de manifestaciones culturales y acontecimientos	31
<b>TABLA V</b>	Inventario de planta turística- hotelería y restauración	33
<b>TABLA VI</b>	Análisis F.O.D.A. o análisis D.A.F.O. de El Triunfo	59
<b>TABLA VII</b>	Diferencia entre el centro de relajación y los futuros competidores	121
<b>TABLA VIII</b>	F.O.D.A. del centro de relajación y meditación	123
<b>TABLA IX</b>	Determinación de la demanda potencial	125
<b>TABLA X</b>	Precio de hospedaje según las habitaciones	129
<b>TABLA XI</b>	Precio de los tratamientos	130

**PAG**

<b>TABLA XII</b>	Precio de alimentación por plato	131
<b>TABLA XIII</b>	Precio de sesiones de yoga	132
<b>TABLA XIV</b>	Precio de promociones hospedaje más tratamiento	133
<b>TABLA XV</b>	Precio de promociones hospedaje más tratamiento más yoga	134
<b>TABLA XVI</b>	Características de los ejercicios de yoga	181
<b>TABLA XVII</b>	Características de los masajes	186
<b>TABLA XVIII</b>	Inversión del Proyecto	203
<b>TABLA XIX</b>	Ventas totales de un año de funcionamiento escenario conservador	204
<b>TABLA XX</b>	Ventas totales de un año de funcionamiento escenario optimista	205
<b>TABLA XXI</b>	Financiamiento del proyecto	209
<b>TABLA XXII</b>	Amortización del proyecto	210
<b>TABLA XXIII</b>	Indicador financiero escenario optimista	212
<b>TABLA XXIV</b>	Indicador financiero escenario conservador	213
<b>TABLA XXV</b>	Detalle de la inversión inicial y terreno	231
<b>TABLA XXVI</b>	Depreciación de los activos fijos el centro de relajación	232
<b>TABLA XXVII</b>	Suministros de operación del centro de relajación	233

<b>TABLA XXVIII</b> Gastos administrativos del centro de relajación	234
<b>TABLA XXIX</b> Estado de resultados del centro de relajación escenario Optimista	235
<b>TABLA XXX</b> Estado de resultados del centro de relajación escenario Conservador	236

**ÍNDICE DE ANEXOS**

		<b>PAG</b>
<b>ANEXO</b>		<b>219</b>
<b>ANEXO A</b>	Plano general del cantón El Triunfo	220
<b>ANEXO B</b>	Folleto de clases de pilates Edif. Equilibrium	221
<b>ANEXO C</b>	Posición de yoga	222
<b>ANEXO D</b>	Centro de tratamiento chino en Guayaquil	223
<b>ANEXO E</b>	Diseño general del centro de relajación	224
<b>ANEXO F</b>	Cotización de varios utensilios para el restaurante	225
<b>ANEXO G</b>	Cotización de varios utensilios para la cocina	226
<b>ANEXO H</b>	Cotización de la refrigeradora para el centro	227
<b>ANEXO I</b>	Sistema de limpieza para el piso	228
<b>ANEXO J</b>	Cotización de muebles	229
<b>ANEXO K</b>	Cotización de aspiradora	230
<b>ANEXO L</b>	Detalle de La inversión inicial	231
<b>ANEXO M</b>	Depreciación de los activos del centro	232
<b>ANEXO N</b>	Suministros operacionales del centro	233

**PAG**

<b>ANEXO O</b>	Gastos administrativos	234
<b>ANEXO P</b>	Estado de Pérdidas y Ganancias optimista	235/236

## **CAPÍTULO 1**

### **1. MARCO TEÓRICO Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.1 Definiciones**

##### **1.1.1 Turismo ecológico**

La palabra ecoturismo fue utilizada por primera vez en 1983 por un arquitecto y conservacionista mexicano Héctor Cevallos y puede definirse aunque no tiene un concepto definitivo como un viaje que crea un entendimiento de la historia cultural y natural, en tanto se vele la integridad de los ecosistemas, produciendo beneficios a la comunidad impulsando la conservación. El ecoturismo implica un enfoque científico, espiritual, estético o filosófico, con un alto grado de interpretación y educación, y con respeto a la integridad de las comunidades receptoras, este concepto nuevo de lo que ahora busca el

turismo se enfoca mucho en entregar una experiencia al visitante de primera mano y palpables, proporcionar experiencias educativas que desarrollan al visitante (que entiendan la apreciación del lugar de visita y promueve las conductas apropiadas y la conservación ética), es medioambientalmente responsable y usa las distintas estrategias para minimizar los impactos negativos además aumenta al máximo los ingresos económicos locales(1).

### **1.1.2 Turismo Sostenible según la OMT**

“El desarrollo sostenible es un proceso que permite que se produzca el desarrollo sin deteriorar y agotar los recursos que lo hacen posible. Este objetivo se logra, generalmente, gestionando los recursos de forma que se puedan ir renovando al mismo ritmo que van siendo empleados, o pasando de un recurso que se regenera lentamente a otro que tenga un ritmo más rápido de regeneración. De esta forma, los recursos podrán seguir manteniendo a las generaciones presentes y futuras” (2).

## **1.2 Definición de Turismo según la OMT**

"...el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos"(3).

## **1.3 Investigación de campo**

### **1.3.1 Aspectos históricos**

Este cantón es reconocido a nivel nacional como el verdadero epicentro del Ecuador, no solo porque en poco tiempo ha demostrado un desarrollo económico importante sino también por el nexo entre todos los pueblos del país y es que El Triunfo fue escogido por su ubicación como uno de los lugares donde la impresionante vía ferroviaria pasaría, con la llegada de este proyecto vino mucha gente extranjera de raza blanca, quienes con el pasar del tiempo y por lo difícil que era viajar al lugar de la obra se asentaron en estas tierras, es de ahí donde nacen apellidos que aún se conservan en el sitio así como los Brown, James, Smith entre otros, pero ellos no eran los únicos que visitaron estas tierras y se quedaron habitándola, existieron unas

tribus nómadas que se movilizaron por todo el país, éstas tribus eran los Cañaris y los Shuar, es de ahí donde nacen los apellidos Cochancay, Yanuncay entre otros, que ahora forman parte no solo de los apellidos de muchos de los habitantes de El Triunfo, sino también de el Ecuador (4).

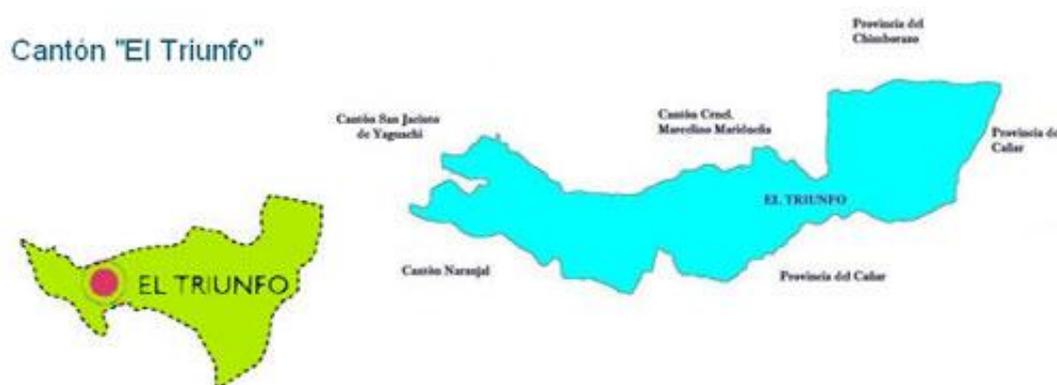
Una ardua tarea fue la que vivieron los moradores de lo que ahora se lo conoce como el cantón El Triunfo, en 1983 para lograr su fundación, este pequeño pueblo que cuenta con grandes recursos naturales, fue registrado oficialmente en Septiembre del mismo año en la presidencia del Dr. Oswaldo Hurtado Larrea.

Antiguamente se lo conocía como Boca de los Sapos, debido a que su recinto se formó a partir de un campamento instalado por la compañía constructora de la carretera Durán-Tambo, en la desembocadura del Estero de los Sapos en el río Bulubulu, "Boca" sería un diminutivo de desembocadura y en una cueva cercana al Estero, también llamado río Verde. Actualmente a este cantón lo conocemos como, El Triunfo, según sus moradores el cambio de nombre se debe a que, en la campaña presidencial de 1960, el Dr. José María Velasco Ibarra llegó a la "Boca de los Sapos" y sus entusiastas partidarios gritaban emocionados: "Los Sapos con Velasco" o "Velasco con los Sapos", lo que no gustó de ninguna manera al candidato, que en discurso expresó: "Cuanta sinceridad veo en vuestro rostro, sois

gente buena y generosa, como estoy seguro de que voy a llegar al poder, cuando sea Presidente este lindo pueblo ya no se va a llamar "Boca de los Sapos", sino "El Triunfo", porque vuestro voto me van a dar el triunfo (5).

El Triunfo que cuenta con 34.117 habitantes en un área de 405Km<sup>2</sup> está ubicado al sureste de la provincia del Guayas y limita al norte con los cantones de Yaguachi y Marcelino Maridueña, al sur con Naranjal y la provincia del Cañar, al este con Cumandá y la provincia del Cañar y al oeste con Yaguachi y Naranjal. Y se encuentra a 61km de Guayaquil, 56Km de Milagro, 35Km de Bucay, 364Km de Quito y 245km de Salinas siendo estas las principales distancias al cantón.

#### IMAGEN#1Límites y ubicación



**Fuente:** Archivo de la M.I. municipalidad de El Triunfo

### **1.3.2Clima y Suelo**

A pesar de que este cantón es parte de la provincia del Guayas no cuenta con el mismo clima ya que esta influenciado climáticamente por la región Sierra, que se encuentra a pocos kilómetros, su temperatura oscila entre los 15° C como mínima y como máxima 35° C, y está asentada a 10 m.s.n.m., cuenta con dos estaciones muy bien definidas por la naturaleza y estas son; la estación seca que va desde julio a mediados de octubre y la estación lluviosa que se presenta en los meses de noviembre a junio, cuenta con un tipo de suelo correspondiente al arcilloso con rocas sueltas éstas se encuentran a los alrededores del río y dentro de el mismo y pertenece a las rocas Ígnea

### **1.3.3Educación**

Su infraestructura educativa es firme gracias a las escuelas, academias, colegios, extensiones universitarias que existen y han recibido todo el apoyo de las administraciones municipales del cantón.

#### **1.3.4 Salud**

La comunidad del cantón El Triunfo cuenta con los servicios de un Hospital Modelo, que atiende las emergencias médicas de los moradores de los cantones; La Troncal (Cañar), Cumandá (Chimborazo) y Bucay (Guayas).

La población cuenta con un Hospital base con capacidad para 25 camas dentro de los cuales se atiende las necesidades principales como medicina general, pediátrica, ginecología, medicina especializada y hospitalización.

Centro de Salud Municipal, 1 subcentro de salud, los mismos que dan cobertura a población en cuanto a la prevención de enfermedades primarias, paludismo, diarreicas y otras.

#### **1.3.5 Saneamiento**

De acuerdo a la información proporcionada por la Subsecretaría de Saneamiento Ambiental, a nivel nacional existe agua potable en el área urbana del 18% y en el área rural del 61%; en cuanto a saneamiento, urbano es del 27% y rural del 70%. El manejo del área del Agua Potable y

Alcantarillado Sanitario esta a cargo de la unidad municipal de Agua Potable y Alcantarillado del Cantón El Triunfo (UMAPAT).

La cobertura de servicio de agua potable es del orden del 55% a nivel urbano, con servicio de las 12 horas diarias, y en el sector rural el servicio de agua potable es de 35% sector de la Colonia Amazonas (6).

La evacuación de aguas servidas a través del sistema de alcantarillado 45% y pozo séptico es del 30% a nivel urbano y el 10% a nivel urbano rural.

### **1.3.6 Hidrología**

El Río principal es el Bulubulu que recorre el cantón de Este a Oeste, recibe las aguas de los ríos Barranco Alto, La Isla y Culebras.

### **1.3.7 Fuentes de ingreso**

El Triunfo se ha convertido en epicentro de la agricultura gracias a que cuenta con suelos fértiles y al comercio por estar situado en una zona de enlace con otras provincias como la del Cañar y Azuay y ciudades como Guayaquil y Riobamba.

Por su extraordinario desarrollo agrícola, comercial, industrial, ganadero, entre otros, el cantón El Triunfo es considerado como uno de los eslabones más importantes de la economía de la provincia del Guayas y el país.

La economía de El triunfo se basa principalmente en la producción de Banano y de caña de azúcar este ultimo llega hasta a abastecer a ingenios como Valdez ubicado en la ciudad de Milagro y el ingenio San Carlos en el cantón con el mismo nombre, esta provincia también se basa en cultivos de ciclos cortos como el arroz y el cacao.

Sus tierras son fértiles ya que cuenta con un suelo plano y con ligeras ondulaciones. Dentro de este cantón el comercio es muy evidente, gracias a que sirve como sitio de enlace para llegar a grandes ciudades y provincias y es aquí donde pequeñas y grandes empresas realizan su mayor actividad, que es la venta de abarrotes y donde existe gran afluencia de gente de muchos lugares a comprar gracias a los bajos costos que se pueden adquirir.

Es importante que se proceda con algunos conceptos básicos sobre el turismo y sobretodo al estilo de turismo que éste proyecto se está inclinando.

## **CAPÍTULO 2**

### **2. ESTUDIOS TECNICOS**

#### **2.1 Análisis situacional**

##### **2.1.1 Descripción del sitio**

Después de haber realizado la valoración turística del sitio se llego a la conclusión que esta zona es perfecta para el proyecto que la zona del pertenece al señor Franklin Rodrigo Avíela, estas hectáreas cuentan en sus alrededores con un bosque húmedo tropical, el lugar exacto donde se realizará el proyecto le pertenece al señor Franklin Rodrigo Avíela. Su clima lluvioso con grandes árboles y suelo resbaladizo hace de este sitio un lugar de difíciles accesos pero de bellos paisajes.

**IMAGEN#2 Zona del Proyecto**

*Zona del proyecto*  
**Foto:** Karla Chávez

A éste terreno se lo ha dividido en tres zonas para su mejor estudio, reconocimiento, diseño de equipamiento e infraestructura estos son: *Baja-Cueva, Media-Residencia, Alta- Meditación.*

**Zona 1: Baja – Cueva**

Como lo indica su nombre queda en la parte baja del terreno, este cuenta con 2 ha, un río que es una pequeña desembocadura del gran Bulubulu donde recorre al cantón de este a oeste, teniendo aproximadamente 7 metros de ancho con una temperatura que oscila entre los 18 y 20 ° C este

afluente se encuentra vestido por grandes rocas que sobre pasan el metro de altura, aunque es un río de poco caudal en temporada baja, alrededor y a lo largo de toda esta zona está poblada de una espesa vegetación donde se puede oler fácilmente las hojas verdes de los árboles , escuchar el trinar de los pájaros y el sonido de otros animales que habitan estas tierras fértiles, donde una pequeña cascada de 2.5 metros de altura que cae apresuradamente en una pequeña olla que está formada por piedras del mismo sitio aparentando un moldeado perfecto y al parecer se ha construido por la misma naturaleza con el pasar los años, en el lado derecho de esta cascada se encuentra una mina de 10 metros de profundidad que fue construido hace ya 15 años por la mano del hombre con el objetivo de encontrar minerales de valor económico como el Oro, cobre, mármol y el cuarzo, cabe recalcar que éste túnel ya no es explotado desde hace dos años.

**IMAGEN#3 Cascada dentro de la zona**

*Cascada dentro del sitio*  
**Foto:** Karla Chávez

**Zona 2: Media – Residencia**

Esta es la zona más llana y mas recta donde solo habitan patos y ciertos animales que gozan de dos estanques en donde su dueño los ha levantado con el firme propósito de crear tilapia, que sirva para su alimentación. Esta superficie recta cuenta con aproximadamente con 2 hectáreas donde se llega a apreciar una hermosa vista, ya que se observa grandes montañas a su alrededor llenas de frondosas vegetaciones y sentir una corriente de aire atraída por la fauna.

**IMAGEN#4 Zona media- residencia y piscina de tilapias**

*Zona donde se implementará  
la residencia*

**Foto:** Karla Chávez

Zona Media-residencia es la menos poblada por vegetación ya que, ha servido para construir dos viviendas, una para su dueño y un pequeño cuarto situado en el lado derecho de la superficie para el almacenamiento de las cosechas recogidas, como el plátano, cacao y legumbres varias, que tiene sembrado el dueño 8km mas arriba en el que se intenta trabajar, ahora, muchas veces estos alimentos son utilizados para la nutrición de los animales domésticos.

**Casa del dueño:** Esta es de condición humilde de caña y madera, su piso no se encuentra besando el suelo, este es levantado por pilares de madera y para entrar a la casa se debe subir una escalera construida por el mismo

material, la casa cuenta con dos dormitorios y una pequeña sala que hacia también de comedor, dentro de ella se encuentran utensilios similares a la casas montubias típicas de la costa como son: machetes que el dueño las utilizaba a diario ya que, nos conversaba que siempre lo traía con el por que cuando se va a recoger el cacao y el banano que era en ese tiempo su principal fuente de ingreso se encontraba con animales peligrosos como tigrillos y culebras venenosas con las que tuvo que hacerles frente muchas veces, además de eso un rifle muy antiguo, el baño que era solo una letrina muy típico del campo al igual que el fregadero de platos se encuentra fuera de la vivienda.

**Cuarto de almacenamiento:** Este cuarto que cuenta con ocho por cinco metros cuadrados se lo conoce como el área de bodega ya que aquí el dueño guarda todas las cosechas que recogía diariamente y que eran almacenadas para la alimentación diaria y a la vez para protegerla de la lluvia y de animales ya sean domésticos o salvajes que acechaban en la oscuridad, cuando estos frutos se dañaban eran recogidos para alimentar a los patos, gallinas, perros, caballo, pescados, etc.

**IMAGEN#5 Zona media- residencia**

*Residencia y bodega*  
**Foto:** Karla Chávez

**Zona Alta – Meditación:**

A pocos metros de la zona media – residencia avanzando por un pequeño camino lodoso de unos 25 metros de largo podremos encontrar esta zona llana que cuenta con unas 1.7 hectáreas de poca vegetación

Y donde encontramos tres caminos que nos conducen a tres lugares distintos, avanzando por la zona alta (subiendo) podemos encontrar un camino poco visible que nos lleva a una selva espesa y sin salida, con barrancos y caminos muy angosto que es difícil su ingreso y donde la mayoría del año es resbaladizo y muy peligroso por los animales salvajes

como son las culebras venenosas, el caminos dos que se encuentra en su lado izquierdo es un camino que va bajando hacia el rio su peligrosidad es nula y nos conlleva directo a la cascada y al túnel, la tercera y ultima entrada es por la que ingresamos que nos lleva fácilmente a todas las zonas antes mencionada sin ningún peligro y donde si acceso es cien por ciento confiable y fácil de transitar.

#### **IMAGEN#6 Zona alta - meditación**



*Una de las zonas escogidas para la meditación*

**Foto:** Karla Chávez

Todas estas zonas antes nombradas forman parte del estudio, donde se realizará un proyecto que no afecte a estos espacios, respetando su condición geográfica su flora y su fauna.

## **2.2 Oferta turística**

A pesar de que el cantón El Triunfo no se encuentra desarrollado en este rubro se puede decir que tiene atractivos naturales importantes dentro de la zona del proyecto que no son tomados en cuenta pero que a lo largo de esta tesis se podrá ver las bondades naturales de la zona.

Oferta turística, conocida como el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

Esta oferta básica para el turista o visitante está compuesta por:

- Recursos turísticos
- Infraestructura
- Empresas turísticas

Es por eso que se ha realizado todas éstas ofertas de manera fácil para su observación esto quiere decir que, se catalogaron a cada producto en forma de inventarios y tablas, los atractivos turísticos como ya se mencionó anteriormente no se encuentran cuantificado ya que no existe desarrollo del mismo y los hoteles que existen en El cantón son utilizados por comerciantes

que vienen a ofertar sus cosechas y que necesitan quedarse de un día para otro.

### **2.2.1 Inventario de atractivos turísticos**

**Los atractivos turísticos como los sostiene Boullon, R. son "La materia prima del turismo en la cual un país o una región no podrían emprender el desarrollo, se les incluye como el primer elemento de la estructura de producción del sector que se agrega a la plata turística y la infraestructura " La naturaleza se encuentra como parte fundamental de la estructura de producción turística y sin este fundamento es casi imposible emprender un verdadero desarrollo (7).**

Se cataloga un atractivo turístico a toda belleza paisajística que motiva a los turistas a visitar este sitio, estos atractivos tienen diferentes jerarquías, donde he considerado que la zona del proyecto se encuentra dentro de la categoría o jerarquía N° 2 ya que motiva a los turistas de la zona o turismo interno pero en sí no es el atractivo quien da la motivación primordial más bien es un complemento importantísimo de la razón fundamental de la visita y es la relajación.

**IMAGEN#7 Flora existente en la zona**

*Fauna del sector*  
*Nombre común: Bromelia*  
*Nombre científico: Bromelia balansae*  
**Foto:** Karla Chávez

**Tabla I.- Inventario de atractivos turísticos**

ESPOL- LICTUR FICHA PARA EL INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS RIO CLARO FICHA # 1			
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA
Atractivos o recursos naturales y paisajísticos	Ríos, arroyos y ramblas	Río cauce medio	2



**FOTO DEL RÍO EN TEMPORADA DE POCO CAUCE**

<p style="text-align: center;"><b>UBICACIÓN</b></p> <p>Se encuentra dentro de la propiedad a 20 minutos de la carretera panamericana km</p>	<p style="text-align: center;"><b>MEDIOS DE ACCESO Y DE TRANSPORTE</b></p> <p>Santa Martha, Rircay, Troncaleña, Riobamba, Gran Colombiana, Trasandina, Santa, San Luis</p>
<p style="text-align: center;"><b>SERVICIOS TURÍSTICOS</b></p> <p style="text-align: center;">NINGUNO</p>	<p style="text-align: center;"><b>ACTIVIDADES RECREATIVAS</b></p> <p>Bañarse, cazar peces, y en pocas ocasiones sirve para lavar la ropa de los moradores además practican un deporte llamado tumbear</p>
<p style="text-align: center;"><b>OBSERVACIONES: (ESTADO DE CONSERVACIÓN, POLÍTICAS DE RESTAURACIÓN O AMPLIACIÓN, ORGANISMO A CARGO O RESPONSABLE DEL ATRACTIVO, OTROS SERVICIOS)</b></p> <p>Este río se encuentra en buen estado ya que no ha sido muy explotado ni han desechado sustancias toxicas dentro de el, a pesar de que no existe ninguna política ni un diseño de mejora para este sitio, son los propios moradores que se encargan de tenerlo en buenas condiciones ya que les sirven de recreación para sus familias que se bañan y para la alimentación ya que cazan peces y tratan lo menos posible de contaminarlo con jabones y prefieren no lavar la ropa dentro de el.</p>	
<p style="text-align: center;"><b>HORARIO</b></p> <p>Tienen un horario abierto ya que no hay nada que impida el paso de las personas.</p>	<p style="text-align: center;"><b># VISITANTES:</b></p> <p style="text-align: center;">NO DETERMINADO POR EL MOMENTO</p>

<b>CONTACTO:</b> kchavez@espol.edu.ec	<b>REALIZADO POR:</b> Karla Chávez Navarrete
--	---

*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla II.- Inventario de atractivos turísticos**

ESPOL- LICTUR FICHA PARA EL INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS BOCAMINA FICHA # 2			
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA
Arqueología	Sitios Arqueológicos	Mina	3



<p><b>UBICACIÓN</b></p> <p>Se encuentra dentro de la propiedad a 20 minutos de la carretera panamericana km</p>	<p><b>MEDIOS DE ACCESO Y DE TRANSPORTE</b></p> <p>Santa Martha, Rircay, Troncaleña, Riobamba, Gran Colombiana, Trasandina, Santa, San Luis</p>
<p><b>SERVICIOS TURÍSTICOS</b></p> <p>NINGUNO</p>	<p><b>ACTIVIDADES RECREATIVAS</b></p> <p>Caminata y observación de rocas</p>
<p><b>OBSERVACIONES: (ESTADO DE CONSERVACIÓN, POLÍTICAS DE RESTAURACIÓN O AMPLIACIÓN, ORGANISMO A CARGO O RESPONSABLE DEL ATRACTIVO, OTROS SERVICIOS)</b></p> <p>La mina se encuentra en un excelente estado con bases sólidas para recorrerlo según el Ing. Civil Víctor Orozco aunque claro hay que hacerle unas remodelaciones para contar con un perfecto estado.</p>	
<p><b>HORARIO:</b></p> <p>Tienen un horario abierto ya que no hay nada que impida el paso de las personas.</p>	<p><b># VISITANTES:</b></p> <p>NO DETERMINADO POR EL MOMENTO</p>
<p><b>CONTACTO:</b></p> <p>kchavez@espol.edu.ec</p>	<p><b>REALIZADO POR:</b></p> <p>Karla Chávez Navarrete</p>

*Fuente: Elaboración propia*

**TABLA III.- Flora y fauna existente a los alrededores del proyecto**

FLORA	NOMBRE COMÚN
	Guarumo Limoncillo Helecho gigante Orquídea Bromelia
FAUNA	NOMBRE COMÚN
Mamíferos	Guanta Guatusa Armadillo Ardilla Zarigüeya Raposa
Aves	Loro verde Loro azul Paloma tierrero Colibrí Tucán verde Trepador Pájaro carpintero Pollo de monte

Reptil	Serpiente de coral Serpiente X Serpiente verde Lagartija Escorpión
Insecto	Mariposas de diversas especies Araña

**Fuente:** *Elaboración propia*

### IMAGEN#8 Fauna existente en la zona



*Armadillo muerto dentro de la zona del terreno*  
**Foto:** *Karla Chávez*

### 2.2.2 Manifestaciones Culturales

Dentro de las investigaciones conceptuales realizadas se encontró un concepto muy interesante sobre el significado de manifestaciones culturales en la pagina Web y me pareció importante que forme parte de nuestro estudio “Son bienes o

**manifestaciones con capacidad de motivar o inducir un viaje, es decir el desplazamiento habitual I lugar donde esta emplazado el bien o manifestación en cuestión” (8).**

Este concepto hace referencia a, que existe muchos y distintos motivos que podrían llegar a dar entusiasmo a los turistas o visitantes a formar parte y consumir el producto final, ya que, no solo los atractivos naturales producen visitas a sitios destacados sino también el aprendizaje de una cultura o costumbres diferentes, y cuando un lugar cuenta con todas estas características llega a ser un atractivo y conocido punto turístico.

### **2.2.3 Acontecimientos programados**

Según Boullón los atractivos turísticos se clasifican en categorías y tipos donde contamos con lo siguiente:

Realización técnica, científica o artística contemporáneas: explotaciones mineras, agropecuarias, industriales, obras de arte y técnica, centro científico y técnico.

Acontecimientos programados: Artísticos, deportivos, ferias, exposiciones, concursos, fiestas religiosas y profanas, carnavales y otros.

**Tabla IV.-Inventario de manifestaciones culturales y acontecimientos programados del cantón**

ACONTECIMIENTO	FECHA	PROGRAMA
Pelea de gallos	12 de octubre y 25 de agosto	Es una tradición concurrir al coliseo de gallos para presenciar las peleas de estas aves, donde se observan grades apuestas entre los asistentes y los dueños de los gallos
Rodeo Montubio	12de Octubre y 25 de Agosto	De igual forma en las festividades de octubre y agosto se realizan los conocidos rodeos montubios con la participación de todas las haciendas de la zona, donde entre ellos compiten entre si quien hace los mejores malabares.
Reina del Cantón	25 de Agosto	En la celebración de la canonización se realiza la elección de la reina de El Triunfo donde concursan jovencitas de todos los recintos y se elije a la más carismática y desenvuelta de ellas.

*Fuente: Elaboración propia*

### 2.3 Planta turística

Según Boullón “son las encargadas de la producción de todos los servicios que necesitan los turistas, que constituyen los medios básicos de producción y que son los que conllevan el coste económico del viaje” (9).

Estos establecimientos son los encargados de la satisfacción o el desagrado total de un lugar, ciudad, región y hasta país, ya que tienen el contacto directo con los turistas, y llegan a ser hasta la primera impresión así también son, los hoteles o restaurantes.

**Tabla V.-Inventario de planta turística – hotelería y restauración**

PLANTA TURÍSTICA	NOMBRE	CATEGORÍA
Hotelería	Bulubulu	Categoría: segunda Habitaciones: 20 Camas: 20 Alquiler de terraza
Hotelería	El Triunfo	Categoría: segunda Habitaciones: 30 Camas: 30
Restauración	Chamisal	Categoría: segunda Mesas: 15 Comida Asados 60m2

Restauración	Internacional Di	Categoría: segunda Mesas: 10 Comida 60 m2	típica
Restauración	El Turista	Categoría: segunda Mesas: 8 Comida 40 m2	típica
Restauración	El Ejecutivo	Categoría: segunda Mesas: 20 Platos 70m2	a la carta
Restauración	Picantería Delicias Típicas	Categoría: segunda Comida 40m2	típica

*Fuente: Elaboración propia*

## 2.4 Infraestructura

Según Boullon se conoce a infraestructura a "La dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas" forman parte de la infraestructura los servicios de salud, vivienda, transportación, comunicaciones, energía etc. (10).

Si un atractivo, sitio, complejo, ciudad o región no consta con accesos o vías bien construidas y con buen estado hace imposible que turistas puedan llegar fácilmente en menos tiempo y con buena disposición, así mismo sin agua potable o un buen manejo de aguas servidas hace de éste, un lugar no confiable para la salud de los visitantes, de igual forma internamente ya que no solo es importante el como llegar sino también las facilidades del turista para movilizarse dentro del punto al que llegan.

La infraestructura se divide en según Boullón en infraestructura externa e interna, la externa en general "Sirve a todos los sectores sin pertenecer especialmente a alguno de ellos, aunque circunstancialmente pueda beneficiar a unos más que a otros" mientras que en la interna corresponde a aquella de la que cierto sector se equipa para un adecuado funcionamiento, en una específica localización.

Siendo la infraestructura externa una parte fundamental para la motivación de los visitantes ya que a nadie le gusta viajar por lugares inaccesibles, y contar con carreteras en buen estado o vías de accesos seguros certifica por una parte la visita de turistas, y si a esto le agregamos servicios básicos como; salud, agua potable y un buen manejo de aguas servidas en ésta

zona, llegará a convencer a los turistas a escogerla como primera opción a la hora de planear su viaje.

La infraestructura interna dota de facilidades a los visitantes mejorando visualmente el sitio y haciendo menos costoso la caminata, paseos o cabalgatas con senderos o caminos que comuniquen diferentes sitios dentro del mismo terreno así como puentes que ayudan a cruzar ríos, etc.

## **2.5 Impactos Ambientales**

Las relaciones entre el medio físico y las actividades que en él se desarrollan pueden analizarse en función de la capacidad de acogida del territorio o del efecto que producen y producirán. El termino IMPACTO se ha generalizado para designar estos efectos de la incidencia humana sobre el medio. Los efectos pueden ser perjudiciales o beneficiosos; sin embargo, su significado más común conlleva connotaciones negativas.

En caso de las actividades turísticas en entornos naturales produce una serie de impactos significativos sobre el medio, en los últimos treinta años el interés a realizar actividades en zonas naturales ha aumentado

significativamente, cambiando los suelos, vegetación y fauna ya que han soportado fuertes presiones por los visitantes.

El turismo es una actividad económica multifacética y multisectorial que interactúa con el entorno natural en un proceso de doble sentido por una parte, los atractivos naturales constituyen un ingrediente básico en el proceso de producción de los servicios turísticos, pero por otro lado se sabe que todo proceso turístico, trae consigo una transformación pequeña o grande que puede llegar a degradar los atractivos naturales del cual dependemos, si esta actividad esta bien planificada, desarrollada y gestionada los efectos podrían ser siempre positivos.

De acuerdo a la OMT un análisis del impacto en el comercio internacional y de las economías nacionales implica tomar en cuenta los factores cuantitativos y cualitativos que son; el fundamento de la actividad turística, identificar sus principales elementos diferenciadores y examinar sus resultados, realizando comparaciones con otros sectores de la economía.

### **2.5.1 Impactos positivos**

Así que un impacto es todo cambio que ocurre en el medio que empieza a manifestarse de diferente forma en este caso positivos ya que se ha logrado por medio de estudios y análisis, un proceso inofensivo de cómo hacer turismo sin dañar las áreas verdes y a la vez logrando que naturalmente las mismas se regeneren sin afectar las generaciones que en el futuro la gozarán.

### **2.5.2 Impactos negativos**

Pero realmente no siempre sucede igual o positivamente como se espera, muchos medios atraen con ellos impactos negativos cuando son tocados, transformados, habitados o construidos por la mano del hombre, muchos problemas ambientales pueden derivarse del desarrollo turístico en el entorno.

A continuación una lista de los posibles impactos negativos y positivos que han sido ordenados, dependiendo el grado de importancia.

### 2.5.3 Check list

#### Positivos

- Genera empleo
- Genera desarrollo económico en el cantón El Triunfo
- Promueve la conservación
- Incentiva la inversión extranjera
- Fomenta intercambio de culturas
- Mayor interés de la administración pública
- Estándares de calidad
- Revaloración del cantón

#### Negativos

- Mal manejo de los desechos sólidos y líquidos
- Ruido y levantamiento de polvo causando disturbio en la zona
- Contaminación por parte de los visitantes
- Destrucción de los bosques
- Pérdida de la identidad
- Problemas de migración

#### **2.5.4 Mitigación de los impactos negativos**

Los impactos que se producen en una zona ambiental que son de gran importancia para la comunidad, afectan a gran escala no solo a la flora y fauna de los alrededores sino también a su cantón como es el caso de, El triunfo además como, provincia del Guayas ya que se contaría con menos recursos y mayores problemas de contaminación, el centro de relajación y meditación es consciente que estos problemas, no se pueden evitar pero si se pueden mitigar al máximo y a la hora de comparar con los impactos positivos se apreciarán que son mayores éstos que los negativos y éste será una victoria a favor del proyecto.

##### *Mal manejo de desechos sólidos y líquidos*

Sin una buena dirección para manejar los desechos líquidos y sólidos este centro y toda la teoría de relajación y meditación no tendría sentido ya que lo principal que se desea transmitir a los que visiten este sitio es el respeto y la vivencia con la naturaleza es por eso que se realizaran antes del proyecto unas recomendaciones para mitigar los residuos antes y después de la construcción así como el mantenimiento del mismo. Para mitigar los desechos antes y durante la construcción del proyecto se establecerá como

una de las alianzas la recolección diaria de la basura por medio de recolectores municipales donde los obreros que trabajan en el sitio, todos los días antes de regresar a sus hogares deberán transportar la basura a la carretera donde, el recolector la cogerá para su debido proceso.

Después de que se realice la obra, el centro de regirá por medio de normas claras para la recolección de basura o del proceso de la misma, además se construirá una fosa séptica para el mejor manejo de las aguas

#### *Ruido y levantamiento de polvo causando disturbio en la zona*

El ruido es una de las consecuencias más difíciles de controlar a la hora de planificar en una zona ambiental no solo causando problemas en la fauna y flora sino también en la comunidad.

Es por eso que se realizará un horario apropiado para no molestar a los moradores de los alrededores aunque es difícil minorar estos efectos, se puede decir que una de las cosas que se decidió es que la construcciones son de madera y eso es un punto importante ya que no se tendrá que trabajar sobre cemento que es mucho más ruidoso y dañino en todos los aspectos

Para minorar el levantamiento de polvo en el sector se deberá de realizar la construcción con ayuda de agua esto quiere decir que en todo momento se regará este liquido en el sector sobretodo en momentos como, la nivelación del suelo y en momentos donde lo sugiera el encargado de la construcción.

#### *Contaminación por parte de los visitantes*

La contaminación, causado por los visitantes y por un mal manejo administrativo durante actividad es muy complicado y es que controlar todos los lugares del centro y tratar de minimizar al máximo la contaminación que producen los turistas no es una tarea fácil, aunque se tratará de mitigar este problema por medio de una buena señalización en casi todos los rincones del centro y recordar a los visitantes en todo momento, lo importante es mantener las áreas limpias y cuidadas

#### *Destrucción de los bosques*

El centro de meditación tratará en todo momento no dañar el entorno más bien de, impulsar el cuidado de los árboles y de la fauna en general que se encuentra en el sitio, por eso toda la flora que se encuentra en la zona donde

se tendrá que construir no será dañada más bien será reubicada alrededor del proyecto, aparte de eso se desea concientizar a los visitantes que, por cada familia, se les propondrá sembrar un árbol como símbolo de su visita y de el amor a la naturaleza.

#### *Perdida de la identidad*

Muchas veces el contacto permanente con personas de diferentes costumbres o idioma, siembra en la comunidad ese interés de actuar y hablar de la misma forma que los visitantes. Cambiando radicalmente su forma de actuar, vestir o hablar lo mismo causa un problema enorme ya que se pierde la identidad de los lugareños o se mezclan formando costumbres difíciles de sobrellevar, es por eso que se realizarán charlas de la importancia y belleza de conservar la costumbre ancestrales.

### **2.5.5 Importancia de cada impacto turístico**

#### *Genera empleo*

En la actualidad el país cruza un importante problema de crisis laboral y muchas personas que viven en El Triunfo y sus alrededores sufren de los

mismos problema, se ha podido observar que las familias en estos lugares están conformada por más de tres hijos y esto hace difícil la manutención de ellos, sobretodo porque son familia de pocos recursos que viven de la agricultura y porque son solo los hombres quienes trabajan mientras que las madres se dedican a la vez trabajar en el mismo mejorando su estilo de vida.

#### *Promueve la conservación*

Cuando un sitio natural que tiene un alto potencial turístico es rescatado por los administradores o inversionistas y se lo convierte sustentable por medio de, herramientas y técnicas, genera automáticamente a los alrededores una concientización indirecta, esto quiere decir que comienza a despertar una cadena impresionante de conservación de la flora y fauna, ya que los moradores comienzan a darse cuenta de que cuidando el entorno pueden causar también una actividad económica favorable para ellos.

#### *Incentiva la inversión extranjera*

Una de las cosas que se espera de este proyecto es que se abra un rubro económico más para el cantón, causando motivación a los extranjeros de invertir en el país y sobretodo en zonas naturales, claro está teniendo un buen manejo ambiental.

#### *Fomenta el intercambio cultural*

Conocer nuevas costumbres, formas de vida y personas con mayor experiencia llena de gratitud y de nuevos conocimientos a la comunidad y viceversa ya que, con charlas que se les realizarán se espera que la comunidad inculque a los visitantes a amar de igual forma las costumbres ancestrales de ellos y del Ecuador.

#### *Mayor interés de la administración pública*

Por los antecedentes antes presentados se puede observar el poco adelanto turístico que cuenta el cantón, y es que ellos se concentran en la agricultura y no saben que pueden conseguir más que alimentación del medio, cuando se demuestre que un buen manejo ambiental junto a actividades que vayan acorde con una interesante propuesta, causará un gran interés en la

administración pública, haciendo que la M.I. municipalidad intente causar en los moradores una nueva forma de aumentar la economía por ejemplo, se podría hacer turismo en las haciendas y esto causaría un gran impacto para los turistas.

#### *Estándares de calidad*

En un lugar de gran belleza pero sin ninguna norma ni cuidado puede en cualquier momento por el descuido de los propietarios o de los pobladores comenzar a ser una más del montón, perder todo lo que ahora se califica como una potencia turística, cuando uno de estos sitios es conducido por estándares de calidad se logra un sitio sustentable, capaz de renovar su belleza y minorar los impactos negativos.

#### *Revalorización del cantón*

Cuando un país, región, ciudad, cantón o parroquia cuenta con un sitio que es conocido nacional o internacionalmente crea en los lugareños un orgullo por su tierra, origen y vida actual difícil de explicar, es eso lo que éste proyecto intenta conseguir, que El Triunfo sea no solo orgullosamente

agricultor o epicentro del Ecuador, se busca también que, esta nueva alternativa de vida y de trabajo cause en efecto positivo en ellos y comiencen a darse cuenta de la belleza ambiental con que ellos cuentan.

## **2.6 Estudios de Capacidad de carga**

La capacidad de carga se determina como, el uso de suelo turístico y es la herramienta más importante a la hora de planificar un sitio turístico además, es aplicable tanto para la ciudad como a la hora de realizar un proyecto en un entorno natural. Dentro de esta capacidad de carga encontramos la capacidad de carga física, real y efectiva cada una de ellas cumple funciones importantes.

### **2.6.1 Capacidad de carga física**

Se entiende como, el límite máximo de visitantes que pueden caber en un espacio definido en un tiempo determinado y se expresa de la siguiente forma.

$$CC_f = V/a^2 \times S \times T$$

$V/a^2$ = visitante dividido para el área al cuadrado

S= superficie

T=tiempo

Capacidad de carga Real:

Es el límite máximo de visitantes determinado a partir de la capacidad física, y se lo representa de la siguiente forma:

$CCR = CCF (FC1 \times FC2)$

Donde FC1 es igual a factor de corrección

Capacidad de carga efectiva o permisible:

Es aquella que se obtiene de comparar la capacidad real con la capacidad de manejo que tiene la administración del área determinada por la disponibilidad del personal, facilidades y recursos financieros.

CCE: Es igual al número de visitantes que se pueden atender en cuanto a X servicio, se obtiene al cálculo de los espacios disponibles para ofrecer X

servicio su relación con el coeficiente de rotación de uso de X servicio.

$$\text{CCE: \# X servicio} \quad \times \quad \frac{\text{Visitantes}}{\text{Visitantes}} \quad \times \quad \frac{\text{Horas de apertura del servicio}}{\text{Horas promedio de visita}}$$

Por lo tanto la hora de calcular la capacidad de manejo de un área se lo realizará de la siguiente forma:

CCF

$$\text{CCF: } Vte/a2 \times S \times Cr$$

$$Vte / 2m2$$

$$\text{CR: } \frac{14h/día}{3h/Vta /Vte}$$

$$\text{CCF: } \cancel{Vte/2m2} \times \cancel{460m2} \times 4,66 \cancel{Vta/día/Vte}$$

$$\text{CCF: } 2145.6 \text{ Vta /día}$$

$$372,8$$

**Capacidad de carga física de la sala de ejercicios**

CCF

CCF:  $V_{te}/a^2 \times S \times Cr$

$V_{te} / 2m^2$

CR:  $\frac{14h/día}{3h/V_{ta} / V_{te}}$

~~CCF:  $V_{te}/2m^2 \times 160m^2 \times 4,66 V_{ta}/día/V_{te}$~~

CCF: 372,8 Vta /día

**CR:**

Capacidad limitante en este caso es el espacio que se utilizará para los casilleros de cada uno de los visitantes que será de 1m<sup>2</sup> cada uno.

Se realizarán clases de 15 personas en cada grupo donde cada uno necesita 2m<sup>2</sup> de espacio para poder desenvolverse esto es 3m<sup>2</sup> x 15 personas en cada grupo igual a 45m<sup>2</sup>

Ei: total de espacio

30m<sup>2</sup>

Ei: 160m<sup>2</sup>

45m<sup>2</sup>

Ei: 3,56 grupos

Esto quiere decir que 3,56 grupos, y que cada grupo tendrá 15 personas es igual a 53.4 personas que se pueden atender en una sola sesión, esto quiere decir que el centro cuenta con un espacio suficientemente amplio para atender a 53.4 por cada sesión.

Para calcular el factor de corrección  $E_i$  se necesita identificar la magnitud limitante (ML) que es el factor total en metros que se necesita de espacio.

$$53,4m^2$$

ML:  $M_t$  (magnitud total) – P

$$ML: 160m^2 - 53,4m^2 : 160,6m^2$$

$$FI: 1 - \frac{106,6/m^2}{160 m^2} (0,66): 0.33$$

CCR: CCF (FC1)

$$CCR: 372,8 \text{ Vta} \times \text{día} (0.33)$$

$$CCR: 123,02 \text{ vta} / \text{día}$$

Capacidad de manejo de cada uno de los servicios a ofrecer:

- Ejercicios de Yoga
  - Masajes
  - Guianza
  - Parqueos
  - Servicios del restaurante
- 
- **Capacidad de manejo de ejercicios de yoga**

80 minutos promedio por grupo

14 horas de atención al público

2 profesores

~~2 profesores x 15 visitantes~~    ~~7 vta /día/ Vte~~

~~1 profesor~~

CCE: 210 Vta/ día

1,70 x 100: 170%

CM:  $\frac{210 \text{ Vta/día}}{123,02 \text{ Vta/ día}}$

- **Capacidad de manejo masajista**

2 horas promedio de masaje

14 horas de atención

3 masajistas profesionales

3 ~~masajistas~~ x  $\frac{\text{visitante}}{\text{Masajista}}$  x 7 ~~Vta/día~~\* Vte

CCE:  $\frac{21}{24} : 0.87 \times 100: 87\%$

28 vtas estimadas por ventas diarias

- **Capacidad de manejo en la Guianza**

2 ~~guías~~ X  $\frac{15 \text{ Vte}}{\text{Guía}}$  X  $\frac{4.5 \text{ Vta}}{\text{Día*Vte}}$  : 135 Vta/día

CM:  $\frac{135 \text{ Vta/día}}{123.02 \text{ vta/día}}$  : 1,09 X 100: 109%

- **Capacidad de manejo de parqueos**

El Centro de relajación contará, con 8 parqueos para vehículos con capacidad promedio de 5 personas, 3 parqueos para dos carros tipo vans con capacidad promedio de 14 personas, más un puesto para un bus de 30 visitantes. El servicio estará disponible las 24 horas el día y cada vehículo utilizará un promedio de 16 horas por éste.

8 ~~parqueos~~  $\frac{5 \text{ visitantes}}{1 \text{ parqueo}}$ : 40 visitantes

3 ~~parqueos~~  $\frac{14 \text{ visitantes}}{1 \text{ parqueo}}$ : 42 visitantes : 180 Vte\* día

122 ~~visitantes~~  $\times \frac{24 \text{ horas/día}}{16 \text{ horas* Vte/Vta}}$

CM:  $\frac{183 \text{ Vte/día}}{123.02 \text{ vta/día}}$  : 1.48 x 100: 148%

- **Capacidad de manejo del restaurante**

2 ~~meseros~~  $\times \frac{15 \text{ Vte}}{\text{Mesero}} \times \frac{13 \text{ Vta}}{\text{Día* Vte}}$  : 390 Vta/día

$$\text{CM: } \frac{390 \text{ Vta/día} \cdot 300\%}{123.02 \text{ Vta/Vte}}$$

Así como también:

Se toma como norma general que cada persona necesita 2.5 m<sup>2</sup> para moverse libremente, este criterio se lo aplica en un sendero.

### **2.6.2 Capacidad de carga real**

Horas de sol: 12 horas de sol (6am-6pm)

Sin embargo desde las 10am hasta las 3pm (5horas) la intensidad del sol es muy fuerte como para la visita al sendero, masajes y ejercicios al aire libre.

Si se considera que la época lluviosa es de 6 meses en Ecuador y generalmente llueve a partir de las 5: am hasta las 12pm, entonces tendremos solo 3 horas de sol intenso (12pm-3pm) durante la época lluviosa.

6 meses sin lluvias fuertes = 180 días

$180 \times 5$  horas de sol limitante / día = 900 horas de sol limitante

6 meses con lluvia= 180

$180 \text{ días} \times 3$  horas de sol limitante/día= 540 horas de sol

Tenemos que en el año hay 1440 horas de sol

Esto lo comparamos con las horas de sol:

$180 \text{ días de época seca} \times 12$  horas de sol= 2160

$180 \text{ días de época lluviosa} \times 6$  meses de sol (10am – 3pm)=1080

3240 horas de sol anual

$1140 \text{ horas de sol limitante anual} \times 100/3240 \approx 44.4\%$

*Precipitación:* la época de lluvia fuerte, como ya se dijo dura 6 meses es decir el 50% del año. Sin embargo, generalmente llueve solo hasta el medio día, razón por la cual el porcentaje de tiempo limitante de lluvia se deduce a 25% y afecta a senderos, área de masaje y área de ejercicios.

6 mese de lluvia= 180 días

$180 \text{ días}/6$  horas de lluvia/día= 1080 horas de lluvia al año

$1080 \text{ horas de lluvia limitante/ año} (4320) \times 100= 25\%$  limitante

### *Tamaño del grupo*

Aunque no exista información específica sobre que tan importante es la experiencia para sobrellevar un grupo se considera que, el tamaño de grupo para guiar sin dificultad y sin importar la experiencia es de 20 personas y es muy importante que cada grupo mantenga una distancia prudente de 50 m de distancia para no chocarse o cruzarse en el camino.

Teniendo en cuenta toda esta información que servirá como herramienta para conocer el resultado de un buen manejo turístico.

$$CCF = Vte/a^2 \times S \times Cr$$

$$S = 2.5 \text{ m} \times 1500 \text{ m} = 3750$$

$$Cr = \frac{9\text{h/día}}{2.30\text{h} \times Vte/Vta.}$$

$$Cr = 5/2.5 \times \text{h/día} \times Vta. / \text{h} \times Vte$$

$$Cr = 2 \times vta. / \text{día} \times Vte$$

$$CCF = \text{Vte.} / a^2 \times S \times Cr$$

$$CCF = (1 \cancel{\text{vte.}} / 2.5 \cancel{\text{m}^2}) 3750 \text{ m}^2 \times 2 \text{ Vta.} / \cancel{\text{día.}} \cancel{\text{Vte}}$$

$$CCF = 3.000 \text{ vta.} / \text{día}$$

### **Capacidad de carga real**

$$CCR = CCF (FC1 \times FC2)$$

$$FC1 = (1 - 44.4) =$$

$$FC1 (1 - 0.44) 0.56$$

$$FC2 = (1 - 25)$$

$$FC2 = (1 - 0.25) = 0.75$$

$$CRR = CCF (0.56 \times 0.75) 0.42$$

$$CCR = 1260 \text{ vta.} / \text{día}$$

## **2.7 Análisis FODA del destino**

El análisis FODA es la herramienta estratégica por excelencia, el nombre se lo adquiere de cada letra:

F: fortalezas

O: oportunidades

D: debilidades

A: amenazas

El beneficio que se obtiene con su aplicación es conocer la situación real en que se encuentra el destino, así como, el riesgo y oportunidades que le brinda el mercado.

El análisis de debilidades, amenazas, fortaleza y debilidades y su matriz DAFO se encuentran definidas

Como "La estructura conceptual para el análisis sistemático que facilita la comparación de las amenazas y oportunidades externas con la fuerza y debilidades internas de la organización (11).

#### **Tabla VI.- Análisis F.O.D.A. Centro de relajación y meditación**

<p style="text-align: center;"><b>Fortalezas</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Ubicación</b></p> <p>Estar dentro del radio de influencia de 2H00 de Guayaquil, y a la vez forma parte de nuestro epicentro entre la Costa y la Sierra.</p> <p style="text-align: center;"><b>Clima</b></p> <p>Cuenta con un clima, temperatura y humedad ideal, cumple con las condiciones propias para la propuesta a realizar.</p> <p style="text-align: center;"><b>Flora y fauna</b></p> <p>El paisaje que rodea la zona a realizar el proyecto cuenta con un bosque primario y secundario, rodeado por grandes montañas y espesa vegetación donde el sonido de las aves y el bailar de las hojas producidas por el fresco viento estimula completamente a cualquier ser humano</p>	<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Demanda</b></p> <p>Crecimiento de la demanda nacional a centros de relajación o spas.</p> <p style="text-align: center;"><b>Promoción</b></p> <p>Promoción del gobierno y concientización a los Ecuatorianos párale consumo de servicios turísticos receptivos e internos.</p> <p>Total interés de las autoridades municipales para el proyecto tanto económico como promocional.</p> <p style="text-align: center;"><b>Acceso</b></p> <p>Vías de accesos externa en buen estado</p>
<p style="text-align: center;"><b>Amenazas</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Crisis económica</b></p> <p>Actual crisis económica e inflación a nivel nacional</p> <p style="text-align: center;"><b>Problemas estacionales</b></p> <p>Constantes lluvias y desborde de los ríos del sector y del terreno</p> <p style="text-align: center;"><b>Problemas políticos</b></p> <p>Cambio de mandatario y acortamiento de la ayuda económica así como su apoyo con en la promoción</p>	<p style="text-align: center;"><b>Debilidades</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Acceso</b></p> <p>Acceso interno en mal estado</p> <p style="text-align: center;"><b>Desarrollo turístico</b></p> <p>Que El Triunfo no sea conocido como un lugar turístico sino más bien en centro de comercio es decir la falta de desarrollo turístico.</p> <p style="text-align: center;"><b>Departamento turístico</b></p> <p>Que el municipio no cuente con n departamento turístico que ayude o se centre en el marketing turístico y concientización de los lugareños.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Estrategias FA</b></p> <p style="text-align: center;"><b>EFA (1)</b></p> <p>Estudiar y analizar los servicios que ofrecen nuestros competidores y sus fallas, con la finalidad de ofrecer servicios que ellos no han explotado o mejorar los actuales.</p> <p style="text-align: center;"><b>EFA(2)</b></p> <p>Realizar un plan de contingencia en</p>	<p style="text-align: center;"><b>Estrategias FD</b></p> <p style="text-align: center;"><b>EFD(1)</b></p> <p>Realizar trabajos con la comunidad y hacer mingas para mejorar los accesos junto con la ayuda del gobierno local.</p> <p style="text-align: center;"><b>EFD(2)</b></p> <p>Realizar un plan de promoción dirigido a los mismos comerciantes y compradores el sitio para difundir y</p>

<p>caso de una crisis e inflación extrema donde se mejores los precios y se minimice al máximo los gastos.</p> <p style="text-align: center;"><b>EFA(3)</b></p> <p>Construcción de canales en caso que se avvicinen las lluvias o fenómenos que ayuden a fluir las lluvias constantes.</p> <p style="text-align: center;"><b>EFA(4)</b></p> <p>Realizar convenios con instituciones privadas, empresas o profesionales que nos ayuden al soporte económico del centro para minorar el impacto que puede causar los enfrentamientos políticos o cambios de mandatarios.</p>	<p>promocionar el Centro de Relajación y Yoga.</p> <p style="text-align: center;"><b>EFD(3)</b></p> <p>Realizar senderos en todo los caminos que conecta las tres zonas dentro del terreno así mejoraremos la caminata dentro del centro.</p>
--	---

**Fuente:** *Elaboración propia*

## FORTALEZAS

### Ubicación

- Estar dentro del radio de influencia de 2H00 de Guayaquil ya que este es nuestro mercado meta y nuestros futuros visitantes no tendrán que viajar largas horas en un autobús para disfrutar de nuestros servicios y a la vez forma parte de nuestro epicentro entre la Costa y la Sierra esto es importante ya que nos sirve como marketing por la cantidad de vehículos particulares y buses de transporte publico que recorren la carretera Panamericana y que pueden observar vallas turísticas, letreros o alguna promoción de el Centro

## de Relajación y Meditación en El Triunfo

### Clima

- Cuenta con un clima, temperatura y humedad ideal, esto quiere decir que cumple con las condiciones propias para la propuesta a realizar ya que es importante que los visitantes no sientan temperaturas extremas ni la exageración de la humedad y que a la vez no dañe nuestra infraestructura y equipamiento ya que será de madera o materiales que concuerdan con el medio ambiente y no salga de sus parámetros ambientales.

### *Flora y fauna*

- El paisaje que rodea la zona a realizar el proyecto cuenta con un bosque primario y secundario, rodeado por grandes montañas y espesa vegetación donde el sonido de las aves y el bailar de las hojas producidas por el fresco viento estimula completamente a cualquier ser humano a un deleite ambiental esto quiere decir que ayuda mucho auditiva, sensitiva y visualmente a la concentración, al relax y a la meditación y si a estas

características se le agrega el olor producido por la vegetación hace que todo sea ideal y perfecto para nuestro Centro de relajación.

## **OPORTUNIDADES**

### *Demanda*

- Crecimiento de la demanda nacional a centros de relajación o spas. El aumento notorio dentro y fuera del país por un sin número de personas con mayores necesidades mentales y físicas de recuperar energía y armonizarse con la naturaleza, ya que el trabajo y la vida social han hecho de ellos esclavos del estrés.

### *Promoción*

- Promoción del gobierno y concientización a los Ecuatorianos para el consumo de servicios turísticos receptivos e internos.

Total interés de las autoridades municipales para el proyecto tanto

económico como promocional, sobretodo el gobierno del Economista Rafael Correa se ha centrado por sembrar a los ciudadanos ecuatorianos el interés de viajar dentro del país apoyando e invirtiendo para la promoción de consumir productos y conocer primero a nuestro país Ecuador.

#### *Acceso*

- Vía de acceso externa en buen estado, gracias a que, nuestro proyecto se encuentra al pie de una de las carreteras más importante y de mejor condición en toda la provincia del Guayas como es la carretera Panamericana y que une varias provincias a la vez.

## **AMENAZAS**

#### *Crisis económica*

- Actual crisis económica mundial e inflación a nivel nacional hace de éste una gran amenaza, a penas en estos últimos meses la inflación se

encuentra baja con 1% anual este varia mucho dependiendo los problemas externos como petróleo y crisis política.

#### *Problemas estacionales*

- Constantes lluvias y desborde de los ríos del sector y del terreno, lluvias que pueden hacer crecer ríos que se encuentran geográficamente mas arriba y que llegaría a causar graves problemas de desborden.

#### *Problemas políticos*

- Cambio de mandatario y acortamiento de la ayuda económica así como su apoyo con en la promoción.

## **DEBILIDADES**

### *Acceso*

- Acceso interno en mal estado, suelos resbaladizos y un puente construido en mal estado hace el acceso a este lugar peligroso para los

visitantes.

#### *Desarrollo turístico*

- Que El Triunfo no sea conocido como un lugar turístico sino más bien, el centro del comercio, es decir la falta de desarrollo turístico, cuando un lugar es visto por los visitantes internos como un lugar no turístico hace menos creíble o confiable que llegue a satisfacer las necesidades buscadas por ellos, y hace que esta zona no sea tomada en cuenta a la hora de escoger sus vacaciones o centro donde relajarse.

#### *Departamento turístico*

- Que el municipio no cuente con un departamento turístico que ayude o se centre en él marketing turístico y talleres para la concientización de los lugareños, y que a la vez, la poca o nada de promoción en ferias o en vallas turísticas, hace mas difícil para los inversionistas estar seguros en su proyecto de igual forma no se sentirán confiados con la ayuda de la M.I. municipalidad. También cabe recalcar lo importante que es que, la administración municipal esté siempre unido, de la mano con el mundo

turístico ya que, en la actualidad ha logrado escalar un puesto muy importante en la economía de ciudades, regiones y del país.

### *Competencia*

- Competencia con centros y spas que ofrecen similares servicios y cuentan con años de experiencia y un lugar muy representativo en el mercado actual, hace una tarea difícil de llegar a competir con ellos y es una amenaza irrefutable.

## **ESTRATEGIAS FA**

### *EFA (1)*

Realizar un plan de contingencia en caso de una crisis e inflación extrema donde, se mejore los precios y se minimice al máximo los gastos.

### *EFA (2)*

Construcción de canales en caso que se avecinen las lluvias o fenómenos que ayuden a fluir las lluvias constantes.

**EFA (3)**

Realizar convenios con instituciones privadas, empresas o profesionales que nos ayuden al soporte económico del centro para, minorar el impacto que puede causar los enfrentamientos políticos o cambios de mandatarios.

**ESTRATEGIAS FD****EFD (1)**

Realizar trabajos con la comunidad y hacer mingas para mejorar los accesos junto con la ayuda de la M.I. municipalidad del cantón.

**EFD (2)**

Realizar un plan de promoción, dirigido a los mismos comerciantes y compradores del sitio, para difundir y promocionar, el centro de relajación y meditación.

EFD (3)

Realizar senderos en todo los caminos que conecta las tres zonas dentro del terreno así mejoraremos la caminata dentro del centro.

## **CAPÍTULO 3**

### **3. ESTRATEGIAS DE MERCADO**

#### **3.1 Estudio de mercado**

Para desarrollar el siguiente proyecto, y realizar un verdadero plan de negocios es importante que se haga un estudio a fondo del mercado y sus futuros competidores, recabar la mayor cantidad de información y definir nuestro futuro mercado para tomar importantes decisiones como, el diseño que tendrá el centro de relajación y meditación, por lo tanto, éste capítulo contiene un estudio de mercado, futuras alianzas y planes de promoción.

El estudio de mercado es el enlace o conexión entre el consumidor, a través de la información tomada.

Esta información nos ayuda a definir e identificar nuestro mercado así como los problemas que conlleva.

“El estudio de mercado, especifica la información requerida para abordar estos problemas y diseña el método para redactar la información; dirige e implementa el proceso de recolección de datos; analiza los resultados y comunica los hallazgos y su implicación” (12)

El estudio de mercado en este proyecto se hará de una forma sistemática y objetiva tanto, en el desarrollo y suministro de información.

### **3.1.1 Pasos para una Investigación de Mercado**

Para manejar esta investigación de una forma sistemática y ordenada se ha decidido considerar una serie de pasos importantes.

La siguiente figura muestra los escalones a seguir:



*Fuente: Elaboración propia*

### 3.1.2 Objetivos de la investigación

Como objetivo general de la investigación es, identificar y caracterizar el mercado meta del centro de relajación ubicado en El Triunfo.

De la misma manera los siguientes objetivos específicos:

- Conocer, servicios que requiere la demanda del centro de meditación.
- Determinar, características del mercado del centro de meditación.

- Contar, información necesaria para determinar las características de los servicios que se crearan
- Determinar, principales característica del producto y las diferencias con los competidores
- Analizar, fortalezas y debilidades del producto en la actualidad.

### **3.1.3 Diseño de Investigación**

El diseño de investigación será de tipo contundente, descriptivo y explorativo ya que, describir objetivamente a la población y a las necesidades de los encuestados es parte fundamental y determinante a la hora de definir la propuesta que, se piensa desarrollar, ya que se descubrirá las necesidades del mercado meta y mercado potencial.

En el método de recolección de datos se utilizarán fuentes primarias y secundarias, enfocando en primer lugar por el método secundario, esto es, recolección de datos por medio de libros, publicaciones de revista e Internet, a la vez asegurar una información confiable, sobretodo las tomadas por la Web, una vez que estos recursos sean cubierto por datos, se comenzará por el método de recolección primaria esto quiere decir una investigación

utilizando los métodos cualitativos y cuantitativos, estas entrevistas se realizarán a profundidad y capciosamente, realizando a focus Group

**El grupo focal, focus Group en inglés, también conocida como sesiones de grupo, es una de las formas de los estudios cualitativos en el que se reúne a un grupo de personas para indagar acerca de actitudes y reacciones frente a un producto, servicio, concepto, publicidad, idea o embalaje. Las preguntas son respondidas por la interacción del grupo en una dinámica donde los participantes se sienten cómodos y libres de hablar y comentar sus opiniones (13)**

### 3.1.4 Investigación en el cantón El Triunfo sobre aceptación a la propuesta

Se realizó la respectiva encuesta para determinar el grado de aceptación de los habitantes hacia el proyecto, se ejecuto para esto la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2 * N * p * (1 - p)}{E^2 * (N - 1) + z^2 * p * (1 - p)}$$

$$n = \frac{1,64^2 * 4.000 * 0.5 * (1 - 0.5)}{0.062^2 * (4.000 - 1) + 1,64^2 * 0.5 * (1 - 0,5)}$$

n = 60 encuestas

Es decir:

n: tamaño de la muestra requerido

N: tamaño de la población objeto de estudio

z: valor asociado a una confianza escogida por la tesista

p: prevalencia estimada de la variable

E: margen de error máxima permitido

Confianza: 90%

Error: 6.2%

Cabe recalcar que las encuestas que se ejecutaron fueron desarrolladas solo en la zona rural ya que es ahí en entorno de el proyecto, es así que, podemos concluir, que los pobladores del cantón El Triunfo están prestos a correr el riesgo de trabajar en algo nuevo que no perjudique el ecosistema y sobretodo, se sienten contentos de que puedan prepararse para atender al cliente con calidad y calidez.

A continuación la respuesta por medio de grafico sobre lo expresado por los lugareños.

### GAFICO#1 Encuesta a los pobladores de El Triunfo



**Fuente:** *Elaboración propia*

Fácilmente se puede apreciar la aceptación rotunda de los lugareños al proyecto planteado.

Instrumento de recopilación de datos:

#### **3.1.5 Diseño de Muestra**

Se escogió como un mercado meta a Guayaquil que forma parte de la provincia del Guayas, se encuentra asentado a 5 msnm, y su temperatura

promedio es de 25° °C, su precipitación anual es de 1500mm la temporada de invierno es de diciembre a mayo y el verano de junio a noviembre y tiene una población total de 2.039,789 habitantes, dentro de esta investigación también se pudo observar que, por alguna razón desconocida son las mujeres las más interesadas en este producto y es por eso que también fueron las mujeres escogidas como uno de los segmentos del mercado meta como se verá a continuación en el análisis de las encuestas realizadas.

Para realizar un buen diseño, se debe tomar el tamaño adecuado de la muestra, el mismo que generalmente, está determinado en gran medida por tres factores importantes los cuales son:

- Prevalencia estimada de la variable considerada
- Nivel deseado de confianza
- Error máximo permitido

El tamaño de la muestra para el diseño de la encuesta, se encuentra basado en una muestra aleatoria y se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * N * p * (1 - p)}{E^2 * (N - 1) + z^2 * p * (1 - p)}$$

$$n = \frac{1,64^2 * 345.738 * 0,5 * (1 - 0,5)}{0,062^2 * (345.738 - 1) + 1,64^2 * 0,5 * (1 - 0,5)}$$

n = 175 encuestas

Es decir:

n: tamaño de la muestra requerido

N: tamaño de la población objeto de estudio

z: valor asociado a una confianza escogida por la tesista

p: prevalencia estimada de la variable

E: margen de error máxima permitido

Confianza: 90%

Error: 6.2%

El diseño de las encuestas a realizar se desglosa de la siguiente forma

- Instrucciones
- Información solicitada
- Datos de clasificación

De igual forma la encuesta a realizar esta formado por:

Preguntas de opción múltiple	5
Preguntas dicotómicas	7
Preguntas abiertas	3

### **3.1.6 Análisis de las encuestas**

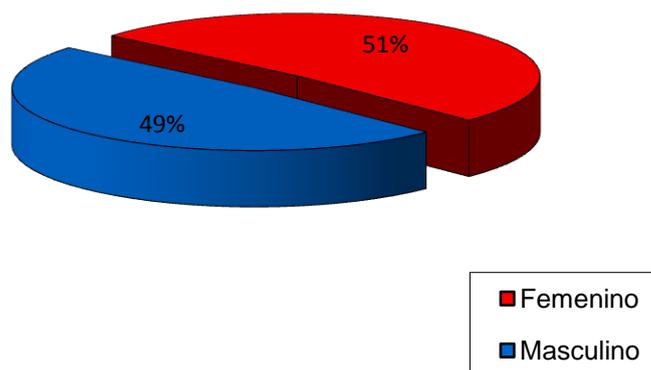
De las cuales estarán especificadas y analizadas detenidamente a continuación:

## 1.- Género

- Masculino
- Femenino

Donde se puede observar que, se trato al máximo que la misma cantidad sean 50% hombres y 50% mujeres es por eso que tenemos, 70 hombres y 80 mujeres de los cuales gráficamente son:

**GRAFICO #2 Género de la población de muestreo**



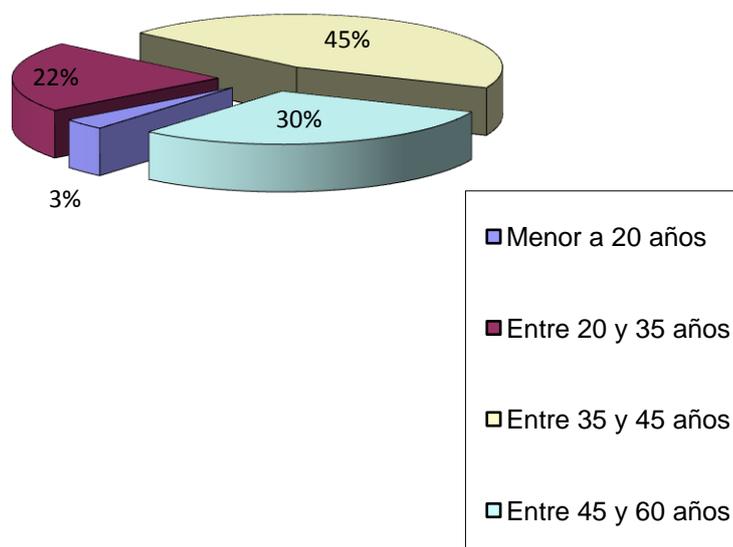
**Fuente:** *Elaboración propia*

## 2.- ¿Qué edad tiene?

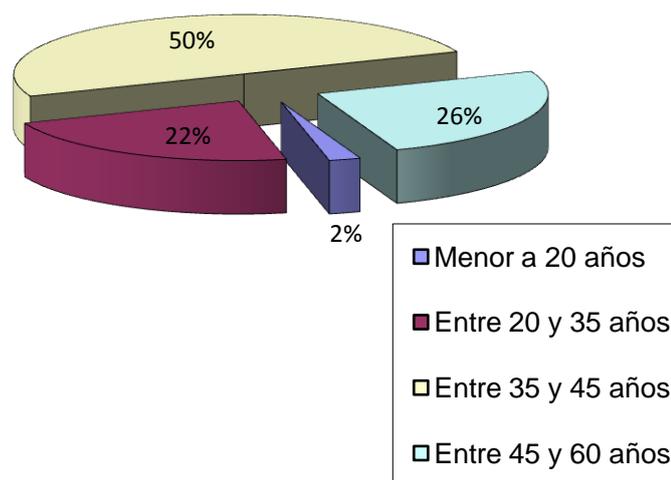
- Menos de 20
- Entre 20 y 35
- Entre 35 y 45
- Entre 45 y 60

Se comenzó con las mujeres, ya que, se ha decidido analizar por sexo para llegar a determinar, quienes de los dos utilizarían más los servicios a proponer.

**GRAFICO#3 Rango de edades de la población en general del muestreo**

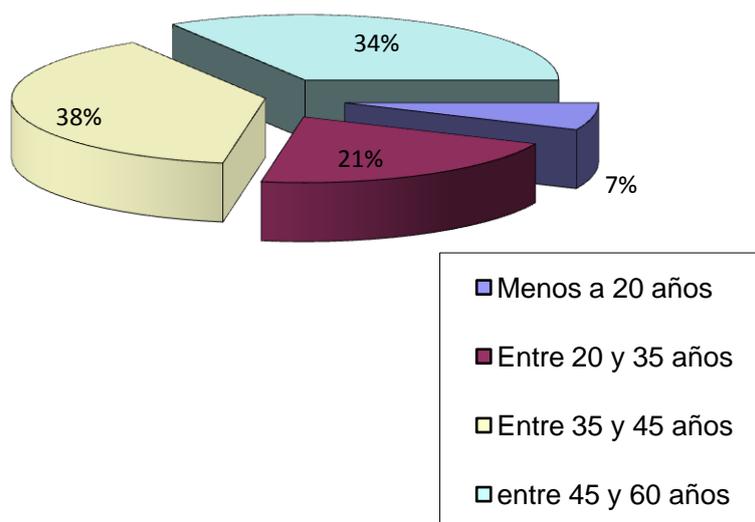


**Fuente:** Elaboración propia

**GRAFICO#4 Rango de edades de la población de mujeres del muestreo**

**Fuente:** *Elaboración propia*

Podemos observar que la mayor parte de las encuestadas tienen entre 35 y 45 años y que son, el segmento de mujeres entre 45 y 60 años.

**GRAFICO#5 Rango de edades de la población de hombres del muestreo**

***Fuente:*** Elaboración propia

De la misma forma observamos que la mayor parte de los encuestados son entre 35 y 45 años, seguido muy se cerca por las personas entre 45 y 60 años y siendo los menores de 20 el segmento mas delgado con tan solo el 7% quienes fueron entrevistados.

### **3.- ¿Que nacionalidad es usted?**

Todos los encuestados fueron de nacionalidad ecuatoriana y guayaquileños ya que, es éste el mercado que se quiere captar y convertirlo en el mercado meta y que al parecer ha dado excelentes resultados y que se seguirán analizando minuciosamente.

### **4.- ¿Alguna vez ha visitado un centro/sitio de relajación o algún lugar que ofrezca servicios similares?**

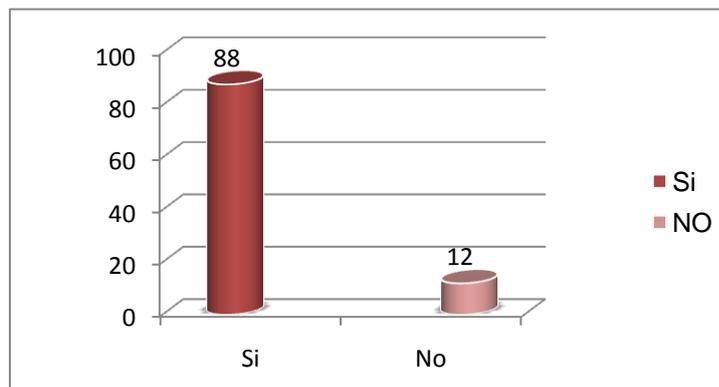
- Si
- No

De los cuales después de la cuantificación de esta pregunta arrojaron los siguientes resultados:

154 personas si han visitados alguna vez en su vida un sitio o centro con esas características y 21 personas en su vida no lo han hecho, y desmenuzando un poco esta pregunta encontramos que de las 90 mujeres que entrevistamos, 86 si han visitado estos centros y que solo 4 no lo han hecho, de igual forma 85 hombres, solo 50 lo han visitados y 35 no lo han

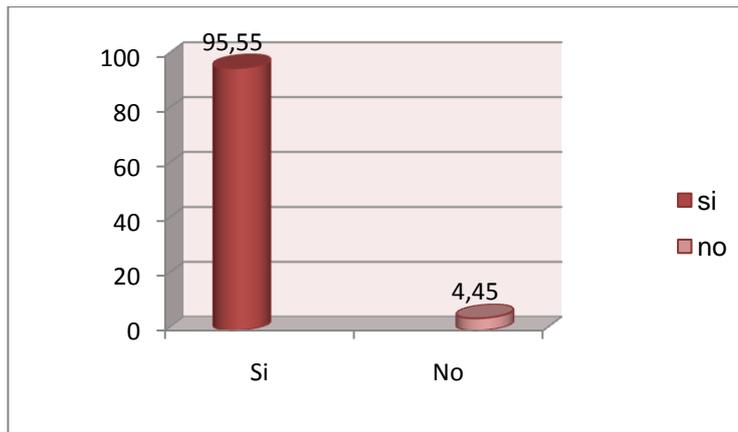
hecho, de lo que podemos decir aparentemente y los datos así lo muestran es que son las mujeres quienes más se interesan o sienten algún tipo de curiosidad por este tema.

**GRAFICO#6 Población que han visitado los centros de relajación  
o spa**



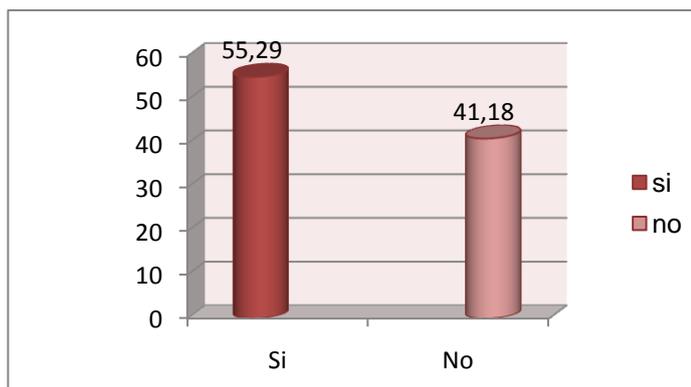
***Fuente:*** Elaboración propia

**GRAFICO#7 Población de mujeres que han visitado los centros de relajación o spa**



*Fuente: Elaboración propia*

**GRAFICO#8 Población de hombres que han visitado los centros de relajación o spa**



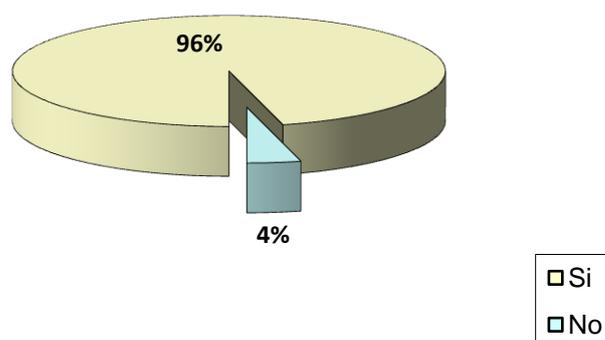
*Fuente: Elaboración propia*

### 5.- ¿Conoce los servicios que ofrece un centro de meditación?

- Si
- No

Los resultados arrojan una satisfactoria conclusión de que, el 96 % o casi todos los encuestados sabían de qué se trata o en que consiste un centro de meditación o un sitio de similitudes características.

**GRAFICO#9 Población que conoce los servicios que ofrece un centros de relajación o spa**



**Fuente:** *Elaboración propia*

**6.- ¿Con qué frecuencia asiste usted a estos sitios (centros de meditación)?**

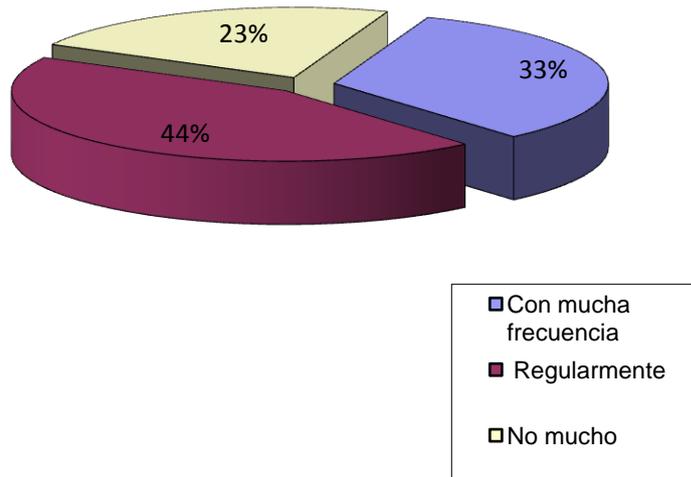
- Con mucha frecuencia
- Regularmente
- No mucho
- Nunca

Se observa que, la mayoría de los encuestados si visitan por lo menos con regularidad estos centros de meditación y que tal vez en las vacaciones asisten a estos sitios.

Además que, en relación con la pregunta número 4 de igual forma hay una coincidencia absoluta en que, entre el porcentaje del sexo masculino y femenino, es la mujer quien lidera en este tema.

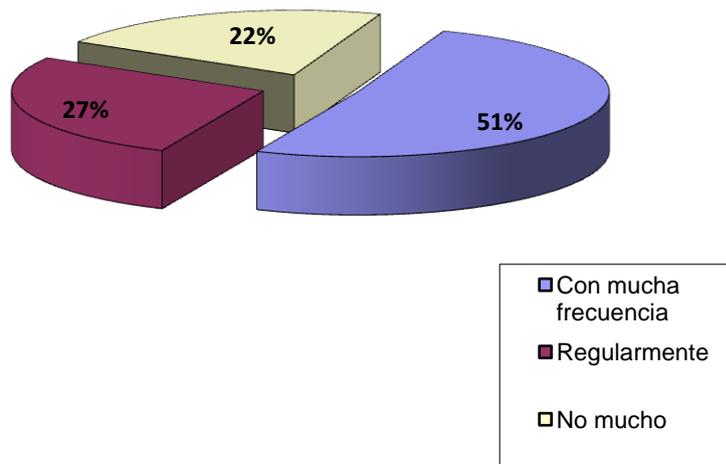
Se llega a pensar que, puede ser también una motivación estética o de la nueva era de las mujeres empresarias que viven con mucho estrés y necesita liberarlo.

**GRAFICO#10 Frecuencia de visita a los centros de relajación o spa**



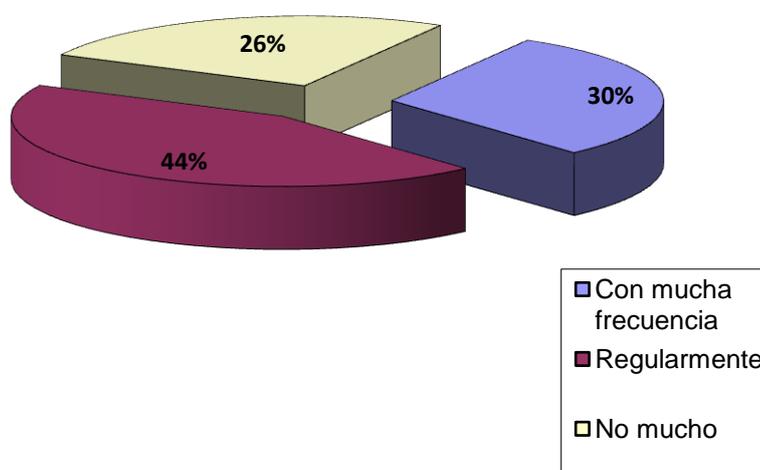
***Fuente: Elaboración propia***

**GRAFICO#11 Frecuencia de visitas de mujeres a los centro de relajación o spa**



***Fuente: Elaboración propia***

**GRAFICO#12 Frecuencia de visitas de hombres a los centro de relajación o spa**

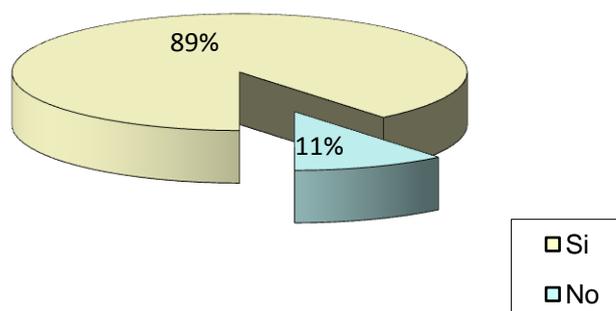


*Fuente: Elaboración propia*

**7.- ¿Ha escuchado hablar alguna vez de la técnica del yoga?**

- Si
- No

156 personas, es decir el 89.14% han escuchado alguna vez en su vida el termino yoga y esto es un buen inicio.

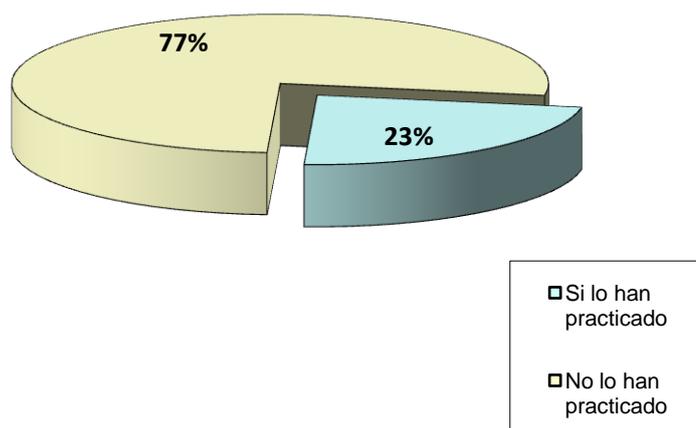
**GRAFICO#13 Conocimiento sobre los centros de relajación o spa**

**Fuente:** *Elaboración propia*

#### **8.- ¿Lo ha practicado alguna vez?**

- Si
- No

Aquí las cosas cambian se puede observar claramente que, muchos de los encuestados lo han escuchado pero son relativamente poco los que lo han practicado puede ser, el ámbito económico y la falta de centros de yoga o hasta la poca información obtenida por los encuestados.

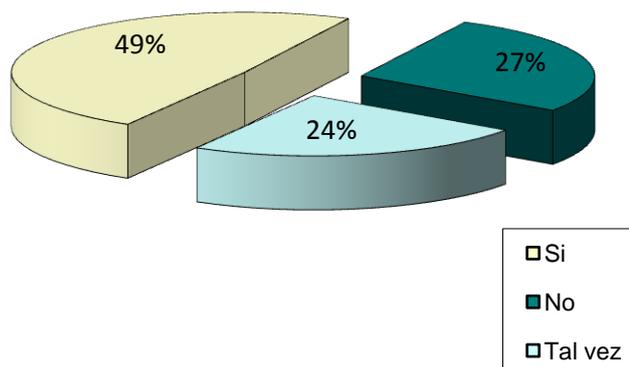
**GRAFICO#14 Conocimientos prácticos sobre el Yoga**

**Fuente:** *Elaboración propia*

### 9.- ¿Le gustaría practicar yoga?

- Si
- No
- Tal vez

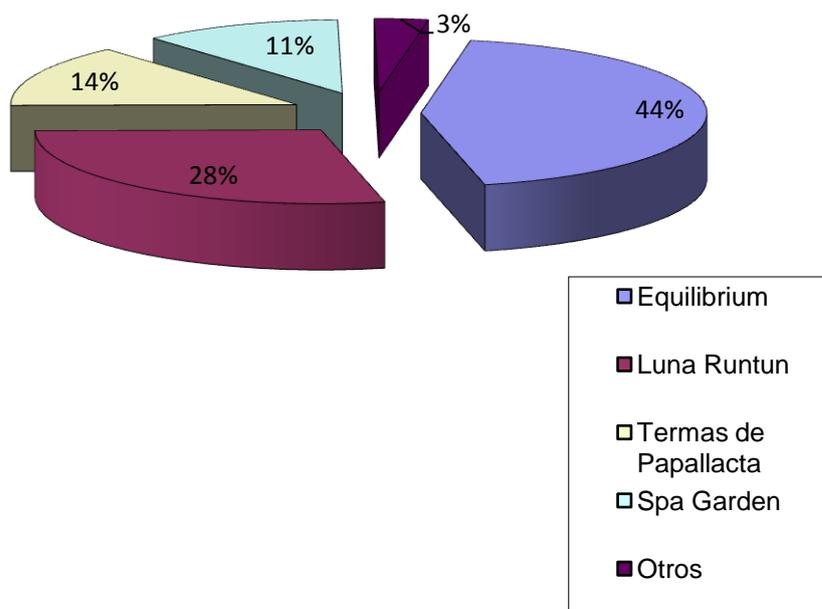
De igual forma se observa el si rotundo ya que, los entrevistado practican otros deportes que les ayuda a la relajación pero los resultados del si unidos con los posibles interesados, se puede ver que son casi el 75 %.

**GRAFICO#15 Necesidades de los encuestados sobre la practicar yoga**

**Fuente:** *Elaboración propia*

**10.- Mencione el nombre de algún centro o sitio de meditación, (incluido spa) o lugares con servicios similares que conozca dentro o fuera de la ciudad de Guayaquil**

1. Edificio Equilibrium (Guayaquil)
2. Luna Runtun (Baños)
3. Termas de Papallacta (65 Km de Quito)
4. Spa Garden (Baños)
5. Otros

**GRAFICO#16 Los principales competidores del centro de relajación**

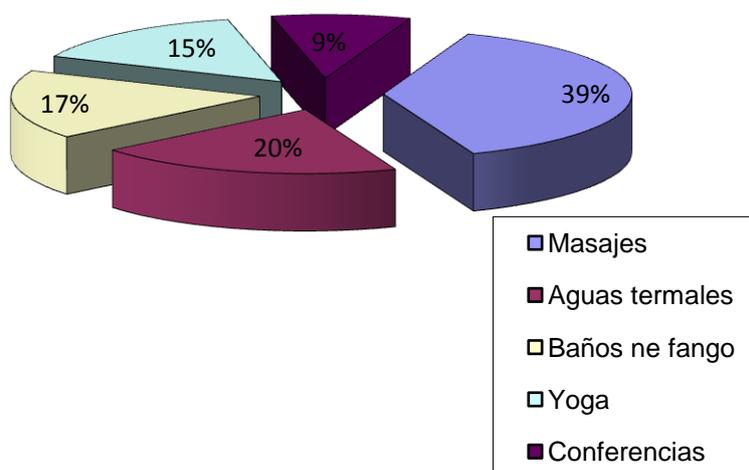
*Fuente: Elaboración propia*

**11.-En caso de haber asistido a un centro o lugar similar, señale los servicios que usted recibió en orden de preferencia siendo el 1 el mas importante.**

1. Masajes
2. Aguas termales
3. Yoga
4. Baños de fango

## 5. Conferencias

**GRAFICO#17 Preferencia a la hora de consumir los servicios de un centro de relajación o spa**



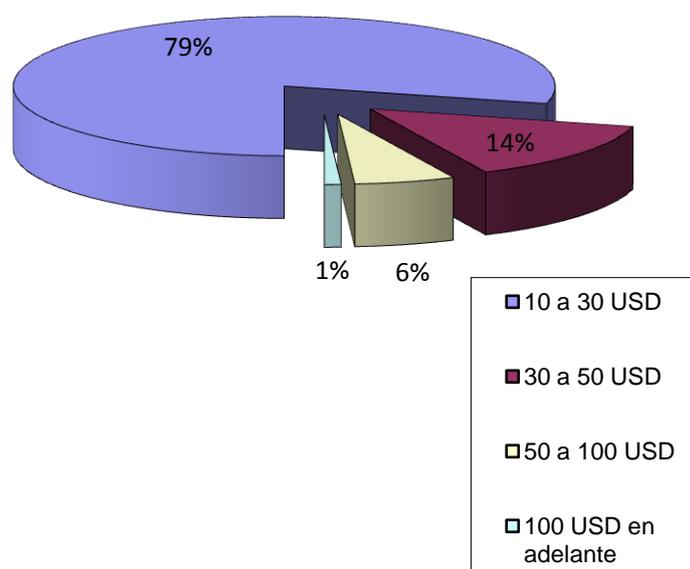
*Fuente: Elaboración propia*

**12 ¿Cuánto está dispuesto a pagar por sesión? (30 min)**

- 10 a 30 USD
- 30 a 50 USD
- 50 a 100 USD
- 100 USD en adelante

Aquí solo está especificado el precio del yoga por sesión, donde la mayoría cuida su bolsillo y están interesados pagar solo entre 10 y 30 USD y esto se tomará en cuenta para a la hora de definir el precio.

**GRAFICO#18 Disponibilidad económica de los encuestados**



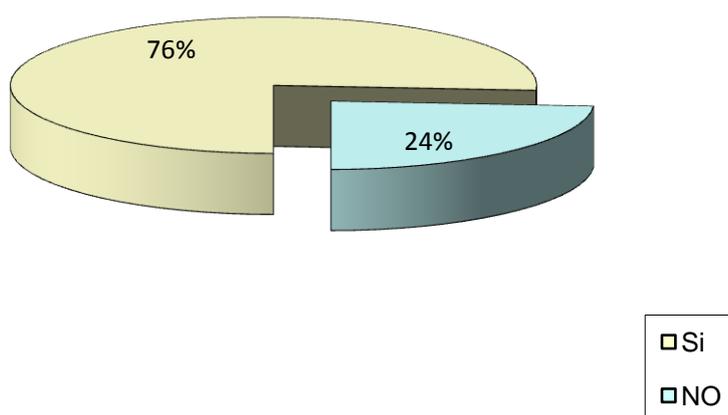
**Fuente:** *Elaboración propia*

**12.- ¿Esta dispuesto a viajar al cantón El Triunfo para asistir a un centro de meditación? Radio 1h y30**

- Si
- No

En esta pregunta se puede notar que, la gente si esta dispuesta a viajar fuera de Guayaquil o al Triunfo desde el lugar de origen de ellos, para asistir a éste centro de meditación.

**GRAFICO#19 Disponibilidad para viajar a un centro de relajación o spa fuera de Guayaquil**

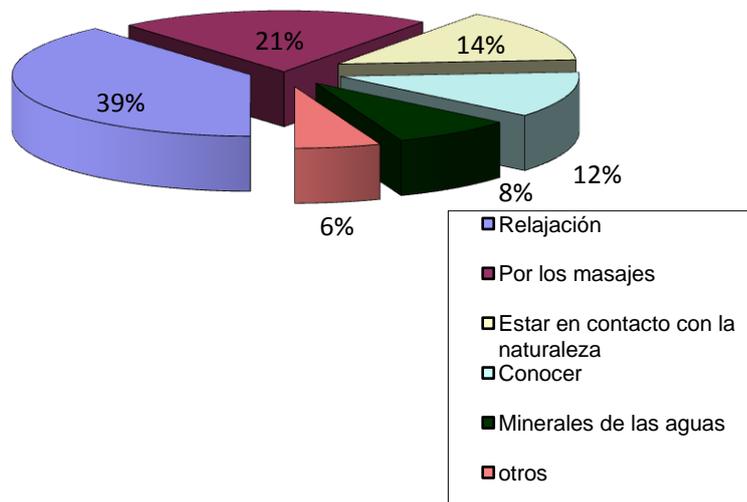


***Fuente: Elaboración propia***

**14.- ¿Cual es el principal motivo por el que usted asiste o asistiría a un centro o lugar similar?**

1. Relajación
2. por los masajes
3. Estar en contacto con la naturaleza
4. Curiosidad
5. 5 Por los minerales y energía
6. otros

**GRAFICO#20 Principales motivos para asistir a un centro de relajación**



**Fuente:** Elaboración propia

Ahora que ya se ha recopilado información y se puede tener una idea a que mercado se quiere apuntar, sus posibles características y los posibles servicios que se quiere brindar, se puede llegar a éstas conclusiones:

Gracias al estudio realizado, tomando datos e investigando las necesidades de los encuestados podemos concluir que, las principales necesidades son:

1. Relajación
2. Por los masajes
3. Estar en contacto con la naturaleza
4. Curiosidad
5. Por los minerales y energía

Es por eso que, el centro de meditación se enfocará en todas estas necesidades por ejemplo, el estrés será eliminado a base a relajación y yoga así como también de masajes corporales y faciales en medio de la naturaleza, así mismo el visitante podrá tener contacto con la flora y fauna en todo momento además, se tratará de despejar todas las dudas acerca de éstas técnicas de relajación, los minerales de la zona y muchos más temas interesantes que, se realizarán por medio de conferencias o charlas semanales, que ayudarán a encontrar armonía del cuerpo y la mente.

### **¿Cuales son las características del mercado de nuestro centro de meditación?**

Gracias a las investigaciones realizadas se ha podido determinar cosas interesantes acerca del mercado que se quiere captar así como, sus características y posibles gustos cerca de los centros de meditación o spa que ellos asisten.

Y es así que se ha podido seleccionar dos mercados importante y la vez, se han resumidos y detallados a continuación pero ante recordaremos cuales son las características de la segmentación y su concepto.

#### **3.2 Segmentación de Mercado**

Supone la división del mercado en grupos de consumidores relativamente homogéneos respecto a algún criterio o característica (edad, sexo, motivo de viaje etc.) a fin de desarrollar para cada uno de dichos grupos o segmento, estrategias de Marketing diferenciadas que ayuden a satisfacer sus necesidades y a conseguir los objetivos comerciales del organismo o empresa turística.

### **3.2.1 Mercado Específico**

Determinar los segmentos de mercados específicos o mercados meta, es saber a quien está dirigido el producto o servicio y éste conocimiento completo del consumidor es importante para definir la estrategia de Marketing más adecuada, así el mercado elegido es el que dice cuales son sus verdaderas necesidades y expectativas en cuanto al producto, que cantidad de dinero esta dispuesto a pagar por el, donde le gustaría encontrarlo; que y donde se debe comunicar es decir todo el marketing gira en torno al mercado específico o al mercado meta (14)

Para la segmentación de mercado se utilizaron herramientas enseñadas en clases del profesor Peter Rodríguez Pontón en marketing como son geográfica, demográfica y psicograficas.

### **3.2.2 Segmentación geográfica**

La segmentación geográfica requiere que el mercado se divida en varias unidades geográficas, como naciones, estados, condados, ciudades o barrios. Puede que una compañía decida operar en una o más áreas

geográficas, o quizá en todas, pero fijándose en las diferencias y deseos según las áreas.

Actualmente, muchas de las compañías están “regionalizando” sus programas de mercadotecnia, adaptando sus productos, su publicidad y sus esfuerzos de venta a las condiciones locales para que correspondan a las necesidades de las diversas regiones, ciudades e incluso vecindades.

### **3.2.3 Segmentación demográfica**

La segmentación demográfica, es la división del mercado en grupos basados en variables demográficas, como la edad, el sexo, el tamaño de la familia, su ciclo de vida, el nivel de ingreso, la profesión, educación, religión, raza y nacionalidad (15). Estos son los factores más comunes para la segmentación de los grupos de clientes.

Edad y etapa dentro del ciclo de vida. Las necesidades y los deseos del consumidor cambian con la edad.

### **3.2.4 Segmentación psicográfica**

En la segmentación psicográficas, los clientes se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida o personalidad. Varias personas que pertenecen al mismo grupo demográfico pueden tener perfiles psicográficos muy diferentes.

### **3.2.5 Sujetos de estudio**

#### **Familias Guayaquileñas**

Familias de clase media alta de la ciudad de Guayaquil, Estas familias están compuestas por cinco miembros: papá, mamá y tres niños, máximo. Los padres tienen entre 35 y 60 años de edad. Poseen un ingreso conjunto mensual de US\$ 5000.

El padre es profesional, propietario de un negocio, que gusta viajar nacional e internacionalmente y hospedarse en un lugar seguro y con el mayor número de comodidades. Los viajes nacionales los realiza en su propio vehículo, al tratarse de distancias no mayores a 5 horas y en avión en distancias mayores y pueden alquilar un vehículo en el lugar de destino.

Realizan sus pagos con tarjeta de crédito para montos altos y en efectivo para cantidades pequeñas.

La madre es también profesional pero se encuentra más a cargo de las actividades de sus hijos. Pertenece y participa activamente en clubes sociales. Es quien planifica y propone el lugar de las próximas vacaciones, generalmente por haber escuchado a sus amistades sobre ese destino o por que leyó algún artículo periodístico en alguna publicación de actualidad. Los niños tienen entre 6 y 12 años de edad, practican actividades extracurriculares como deportes, música o idiomas.

Gustan de ver series televisivas de cadenas de cable. Las vacaciones de este grupo familiar dura de 3 a 5 días, realizan actividades juntos, como visita a museos, centro comerciales, atractivos turísticos y actividades culturales, sin necesidad de guías; comen en restaurantes de comidas rápidas. Los padres por ser profesionales, necesitan estar en contacto con sus respectivos lugares de trabajo, por lo que regularmente revisan sus cuentas de correo electrónicos o realizan llamadas telefónicas de igual forma se encuentran con acumulación de stress ya que el negocio esta en un buen momento y esta creciendo y además sale a cierta hora de su negocio donde el trafico es acelerado y atascado en la mayoría de los días y a causa de eso muchas veces llega de mal genio y con dolores de cabeza , la esposa a su

vez vive continuos momentos difíciles ya que lidera con su trabajo y con sus hijos y se destaca por ser una esposa y madre dedicada y les gusta a ambos asistir a spa y lugares donde puedan sacar el stress de la ciudad.

### **Mujeres de 35 a 60 años de edad**

Esta parte del mercado a quien se quiere dirigir es un grupo especial, exquisito y diferente, conformado por mujeres entre 35 a 60 años de edad con diferentes estado civiles ya sean casadas, solteras, divorciadas o viudas que cuentan con una capacidad económica alta como para irse de viaje o gastar mucho dinero en un spa, ya que no son amas de casa o dejaron de serlas hace mucho tiempo y tienen su propia empresa , un lugar de trabajo fijo con excelente sueldo o una buena jubilación, sus trabajos las absorbe y la apariencia física y un perfecto estado menta es importantísimo para ellas ya que, el medio en que se encuentran gasta al máximo su paz interior y las llenas de estrés, éste grupo esta conformado por mujeres especiales y trabajadoras que tienen un excelente sueldo y se van de viaje al menos una vez al año o viajan por negocio, asisten a convenciones o reuniones donde ellas son el eje. Estas mujeres visitan éste tipo de centros regularmente, por supuesto a los más cercanos por su falta de tiempo ya sean estos dentro de la ciudad, pero si se arriesgarían a visitar semanalmente uno que se

encuentre un poco alejado de la civilización con tal de encontrar la paz y la armonía que consumen semanalmente y que, ellas se han dado cuenta que lo importante que es tener equilibrio en la vida.

Ahora se cuenta con, información necesaria para determinar las características de los servicios que se crearan.

Se puede determinar gracias lo recopilado que, el centro de meditación y relajación se enfocará o tendrá dos ejes muy importantes a la hora de ejecutar el proyecto y serán uno los servicio de alta calidad y como segundo eje el contacto directo con la naturaleza en todo momento ya que, una de las cosas que se desea implantar será la capacitación constante de los empleados que será la misma gente que vive aledaña al terreno, se les enseñará la importancia de contar con un servicio al cliente de punta y como éste llegará a ser nuestra fortaleza contra los futuros competidores del centro que cuentan con más años y un lugar ya establecido en el mercado, además se tratará siempre de innovar y traer técnicas nuevas, ya sean estos en el yoga, con invitados especiales como grandes maestros y así también en masajes, con especialistas que capaciten a los empleados.

### **IMAGEN#9 Masaje con barro en la Hacienda Hotel y spa México**



*Hacienda Hotel y spa México*

**Fuente:** *[http:// www.haciendahotelyspa.com](http://www.haciendahotelyspa.com)*

### **3.3 Determinar las principales características del producto y las diferencias con nuestros competidores**

Para determinar las principales características del centro y a la vez la comparación con la competencia se lo ha realizado por medio de una tabla donde se apuntaron algunas diferenciaciones, antes de esto se les recuerda que los principales competidores que han sido escogido por medio de las encuestas antes realizadas:

1. Edificio Equilibrium (Guayaquil)
2. Luna Runtun (Baños)
3. Termas de Papallacta (65 Km de Quito)
4. Spa Garden (Baños)

Y se realizará de la siguiente forma, primero se hablará minuciosamente de cada uno de ellos y todas las virtudes y servicios con que ellos cuentan y además de la ubicación.

**IMAGEN#10 Edificio Equilibrium la mayor competencia para el centro de meditación**



*Foto: Edificio Equilibrium/ empresa Profuturo  
Fuente: [http:// www.consorcionobis.com.ec](http://www.consorcionobis.com.ec)*

Este no es solo un edificio, es un conjunto de competencias ya que, dentro de este edificio podemos encontrar varias actividades similares a las que se

ofrece en un solo sitio y dentro de la ciudad de Guayaquil que es el mercado que queremos alcanzar.

El edificio Equilibrium se encuentra ubicado en la ciudad de Guayaquil en la Av. Joaquín Orrantía G. y Av. Juan Tanca Marengo (Plaza del Sol)

Edificio Equilibrium, fue hecho contemplado las recomendaciones del Feng Shui, y encontramos los siguientes locales y servicios.

### **Food Court Light**

Entrega de domicilio de comidas de dieta 40-30-30, 40% carbohidratos, 30% proteínas, 30% grasa

### **Locales Comerciales, Bruno Vassari:**

Estética Profesional Europea. Se realizan Peeling Ultrasónico, renovación celular, remoción impurezas y máscara descongestionante para cada necesidad, tratamiento intensivo de limpieza, nutrición y reafirmación de la piel.

**Chi Center**

Artesanía china, tailandesa y de Indonesia. Medicina natural china. Comestibles orientales. Inciensos y esencias. Cristales, velas y todo lo relacionado con el feng shui y productos esotéricos.

**Naturpharma**

Medicina Biológica a base de elementos naturales, minerales y orgánicos. Homeopatía complejista. Terapia Ortomolecular (Oligoelementos y vitamina C). Quelación con EDTA. Tratamientos de mesoterapia facial y corporal. Terapias anti-estrés. Terapia celular para rejuvenecimiento.

**BM Tours**

Agencia de viajes especializada en Ecoturismo y turismo de aventura, nacional e internacional. Excelentes planes y atención de primera.

**Ilumínate: Olor y Color**

Velas aromáticas y decorativas en línea para el hogar y para SPA. Sachets, fragancias, inciensos. Bases de madera para velas. Aromas como

mandarina, sándalo, café, vainilla, fresa, frutas, mango, entre otros para la línea hogar; anti-estrés, relajante, revitalizante, equilibrante y meditación en la línea SPA.

### **Dreams**

Una selección de María José Blum de los mejores perfumes, cremas, maquillaje y la más provocativa lencería Victoria's Secret.

### **Mariana Cozzarelli, Belleza Holística**

Tecnología que no perjudica tu salud, sino que la mejora. Nutrición, flores de Bach y terapias alternativas. Tintes sin amoníaco óptimos incluso para embarazadas, infrarrojo lejano, agua PIMAC y secadores y cepillos que ionizan dejando el cabello más brillante y revitalizado.

### **Maribel Couture Novias**

Alquiler y venta de hermosos vestidos de novia y de noche con las últimas tendencias de la moda.

**Pilates Rooms**

Pilates Stretching Yoga.

**Baby Place**

Estimulación Prenatal (a partir del 4to mes de embarazo, gimnasia prenatal, psicoprofiláxis y charlas de preparación al parto).

**Natura**

Empresa norteamericana de productos de nutrición celular de alta efectividad, con patentes internacionales y soporte científico que garantizan su calidad.

**Clínica Estética del Dr. Jaime Lebed**

Un completo centro de tratamientos de belleza con procedimientos quirúrgicos y no quirúrgicos y la tecnología más avanzada.

**Day Spa**

Masajes de relajación, reflexología, cambio extremo, estilista y maquillaje, spa de manos y pies, nutrición, reducción de medidas, faciales, especial de novias y aromaterapia.

**Dermatólogo**

Dr. Eduardo Rodríguez M.: Dermatología Clínica

Prevención del cáncer de piel (dermatoscopia), psoriasis, vitiligo, acné, eccemas, alergias, enfermedades de transmisión sexual. Cirugía Dermatológica: criocirugía (congelación) de lesiones premalignas, cirugía de cáncer de piel. Dermatología estética: Botox, rellenos, caída del cabello, rejuvenecimiento facial.

**Omnilife**

Ofrece una prestigiosa y completa línea de productos naturales.

Medicina y Estética Homeopática: Dr. Freddy Cardoso

Homeopatía unicista, terapia de oxígeno y ozono, terapia neural (acupuntura alemana)

### **Zona Digital**

Impresiones digitales de cualquier tamaño y material. De tarjetas de presentación a vallas, en papel, lona, adhesivo, etc.

Sergio Delgado: Biomagnetismo.

Utilizan imanes se puede sanar dolencias de una manera sencilla y sin traumas.

### **4Life**

Medicina Natural para enfermos de cáncer, asma, diabetes, artritis, psoriasis, fibromialgia, alergias, enfermedades cardiovasculares, enfermedad de Alzheimer, mal de Parkinson, síndrome nefrótico y accidentes cerebro vasculares.

### **Reiki y Consultoría Nutricional**

Cristina Rojas, Reiki Master y consultora en nutrición. Reiki terapéutico que desbloquea los chakras o puntos energéticos y permite que la energía del cuerpo fluya y sane. Puede usarse solo o como complemento de terapias de medicina tradicional.

### **Construhonest**

Odontología moderna: Dr. Yuri Gallegos: Ortodoncia y endodoncia. Implantes dentales, blanqueamiento en 30 min. Carillas de Porcelana. Rehabilitación oral. Coronas de porcelana pura. Frenillos transparentes.

### **Pediatría**

Dra. Alice Negrete Argencio.

Esocen:

Sabiduría oriental y pragmatismo occidental: Bruno Pozzallo Discípulo de Master Del Pe

**IMAGEN#11 Luna Runtun, competidor directo del Centro de relajación y meditación**



*Hotel y spa Luna Runtun*  
*Fuente: [http:// www.lunaruntun.com](http://www.lunaruntun.com)*

Luna Runtun, Adventure SPA, se encuentra en el Parque Nacional Sangay, Ubicado en los Andes; en el flanco oriental del Volcán Tungurahua (5.016 m.) a 2.200 metros sobre el nivel del mar y a la entrada de la Amazonía y a 6 horas de Guayaquil

El hotel y spa Luna Runtun cuenta con hotelería de alta calidad y cuenta con:  
27 habitaciones y suites:

2 suites imperiales, 1 suite presidencial, 6 de lujo, 3 suites familiares, 16 superior con vista al Volcán Tungurahua (5.016 m.) Baños y el Parque Nacional Llanganates. Capacidad 70 personas.

Cuenta también con actividades recreativas y de aventura como:

Caminatas, rafting, canyoning, caballos, bicicletas, Amazonía y viajes a través del campo y avistamientos de fauna como aves y también de Fauna como orquídeas.

También Luna Runtun cuenta con un spa que cuenta con los siguientes tratamientos tanto corporales como faciales muchos a base de minerales volcánicos que arroja el volcán, este spa cuenta con 25 tratamientos en 11 salas así como, exfoliación con ceniza volcánica y sal, exfoliación con miel, baño con arcilla caliente, baño hidratante caliente, tratamiento de contraste con baño de vapor y agua fría y tratamientos con ortiga , también cuenta con 4 piscinas de hidromasaje con agua caliente volcánica y una cascada de agua fría. En este centro también cuenta con un restaurant de comida andina y una cafetería y bar.

Luna Runtun cuenta con salas que alquilan para diferentes conferencias y seminarios particulares así como sala de billar y sala de lectura además cuenta con un Shop Arte y Artesanías.

**IMAGEN#12 Terma de Papallacta, competencia directa para el  
centro de meditación**



*Termas de Papallacta*

**Fuente:** <http://www.termaspapallacta.com/espanol/waterinf.htm>

Termas de Papallacta se encuentra a 67 Km. (40 millas) de Quito, con una altitud de 3.300 m.s.n.m. (10.827 pies) y a 9 horas de Guayaquil

Cuenta con Hotelería, Spa, restauración y actividades de recreación y relajación.

Su Hotel cuenta con 32 habitaciones con baño privado y calefacción y además ofrece 13 cabañas familiares, 1 sala de meditación y descanso y una isla de bebidas

Se puede incluir en los paquetes actividades y masajes como:

Baños en hidromasajes individuales, tratamientos corporales con arcillas medicinales de los Andes, baños en la gruta de vapor, saunas finlandeses, masajes con chorro de agua a presión o bajo duchas, masajes con aromaterapia o terapéuticos, tratamientos corporales y faciales, etc.

El balneario ofrece 9 piscinas termales y 3 de agua fría. El restaurante del balneario ofrece diferentes opciones de comida, y un pequeño kiosco ofrece artículos de bazar, snacks y bebidas

El Restaurante del hotel ofrece exquisita comida ecuatoriana e internacional.

Los huéspedes tienen acceso sin costo a servicio médico de emergencia y consultas relacionadas con el uso de los servicios hidrotermales.

**IMAGEN#13 El refugio spa Garden, competencia directa para el centro  
de meditación**



*El refugio Spa Garden*  
*Fuente: <http://www.spaecuador.info/>*

El refugio Spa Garden se encuentra en Baños de Agua Santa a 1820 metros de altura al pie del volcán Tungurahua y a orillas del Río Pastaza. Muy cerca de Luna Runtun

Pero este Spa no cuenta con restauración ni hotelería solo se encarga de masajes y servicio de pocas horas, entre esos servicios encontramos

Baño de cajón, baño de barro que lo extraen del volcán Tungurahua, masajes anti estrés donde utilizan hierbas y piedras que atraen las cargas negativas del cuerpo, limpiezas faciales, desintoxicación además se puede realizar podó terapia y este se trata de Caminar descalzo sobre roca

volcánica triturada que permite a través de la planta de los pies darse un masaje a los órganos internos, a más de tener contacto con la naturaleza.

**Tabla VII.- Diferencias entre el centro de relajación y los futuros competidores**

COMPETENCIA	CENTRO DE RELAJACIÓN Y YOGA
<p><b>Edif. Equilibrium</b></p> <p>es solo un edificio y no cuenta con un paisaje o naturaleza donde las personas puedan tener contacto con la flora y fauna</p> <p>Otra de las cosas que son importantes es que no cuentan con hospedaje aunque es cierto que el edif. Equilibrium no lo necesita porque queda dentro de la ciudad de Guayaquil, no cuenta como nosotros un servicio completo, ya que dormir en un lugar diferente hace que el visitante se despreocupe de sus actividades diarias y se concentre en recuperar sus fuerzas y su armonía.</p>	<p>El centro de relajación y yoga cuenta 54 ha. De bosque húmedo donde los visitantes podrán estar siempre en contacto con la naturaleza.</p> <p>El centro cuenta con un servicio completo hospedaje, restauración y actividades que pueden durar todo el fin e semana con diferentes ejercicios de relajación.</p>
<p><b>Luna Runtun</b></p> <p>Una de las diferencias más notorias con estos centros es que ellos se encuentran relativamente lejos del mercado meta que es Guayaquil.</p> <p>Baños de Ambato tiene un gran problema natural y es que el volcán Tungurahua es el volcán mas activo del Ecuador y eso produce temor de los visitantes ya que este centro se encuentra cerca del volcán.</p>	<p>Este proyecto se encuentra dentro de el radio de influencia de 2h ya que se encuentra en a misma provincia de nuestro mercado meta</p> <p>El cantón de el Triunfo no cuenta con este tipo de problemas naturales y hace de el un lugar seguro para las visitantes.</p>

<p style="text-align: center;"><b>Termas de Papallacta</b></p> <p>Este centro se encuentra 9 horas de Guayaquil que es nuestro mercado meta, termas de Papallacta se encuentra en la ciudad de Quito y aunque cuenta con muchos buenos servicios queda a muy lejos y da al visitantes que proviene de Guayaquil mas gastos económicos.</p>	<p>El centro de relajación contara con excelentes servicios y se encuentra en el cantón del Guayas a penas dos horas de la ciudad de Guayaquil.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Spa Garden</b></p> <p>Spa Garden tiene la misma diferencia que Luna Runtun se encuentra a 6 horas de la ciudad de Guayaquil ya que se encuentra también en baños de Ambato y siempre tiene en zozobra a los visitantes por las activaciones sorpresivas de su volcán.</p> <p>Spa Garden no cuenta con hospedaje y solo tiene servicios por horas ya sean para masajes o tratamientos y además no cuenta con ejercicios ni charlas de cómo mantenerse relajado y comprender el significado de la armonía.</p>	<p>El triunfo que se encuentra a solo dos horas de la ciudad de Guayaquil y se encuentra en un sitio seguro aparentemente sin problemas graves causados por la naturaleza.</p> <p>El centro de relajación cuenta con un servicio completo de calidad, donde el visitante se puede quedar todo un fin de semana con diferentes actividades o si lo prefiere asistir a charlas que se realizaran permanentemente en el centro y ejercitar su mente y su cuerpo.</p>

**Fuente:** *Elaboración propia*

### 3.4 Analizar las fortalezas y debilidades del producto en la actualidad

Tabla VIII.- F.O.D.A. del centro de relajación y meditación

Fortalezas	Oportunidades
<p><b>Producto nuevo en el mercado</b> Una de las cosas que se quiere aprovechar del mercado es que, cause mucha curiosidad y así captar gran cantidad de visitantes que, a la hora de asistir al centro de relajación comprueben los servicios y no solo lograr una venta más bien nuestro cliente.</p> <p><b>Servicio completo</b> El centro de relajación contará con un servicio completo, nos referimos con esto que tendrá hospedaje con cómodas habitaciones, restaurante, salas de conferencia, masajes al aire libre y ejercicios frente al río y la cascada.</p> <p><b>Capacitación permanente</b> Una las cosas que permitirá que existan siempre nuevos visitantes o conservarlos será, el excelente servicio con que contará el centro de relajación, ya que se impulsará la concientización de los trabajadores, y serán los mismo lugareños que tendrán permanentemente capacitaciones en servicios y técnicas nuevas de masajes y ejercicios varios.</p>	<p><b>Ubicación de la competencia en el mercado</b> La gran mayoría de los encuestados aseguran ya haber asistido a muchos de los centros que, serán nuestra competencia y esto es una oportunidad para el centro de relajación ya que ellos así como muchos esperan un producto nuevo, un lugar nuevo que visitar, y que cuente con excelentes servicios igual que la competencia.</p> <p><b>Aumento de la demanda del producto</b> El notorio aumento de la demanda del producto en la sociedad es la mejor de las oportunidades del centro, ya que se asegura un gran mercado potencial a nivel nacional y sobretodo en la provincia del guayas por la cercanía con el producto.</p>
Debilidades	Amenazas
<p><b>Producto nuevo en el mercado</b> Una de las peores cosas que tiene el ser un producto nuevo, es que sufre los primeros meses el gran problema del no ser conocido y muchas veces no logra alzar vuelo en el mercado por sus grandes competidores, que ya tienen un lugar fijo en el mercado y se hace difícil el lograr alcanzarlos.</p> <p><b>La falta de experiencia de los lugareños</b> Los primeros meses se vivirá gran expectativa ya que se espera, que el servicio</p>	<p><b>Marcha o protesta de los trabajadores</b> Una gran amenaza es que los trabajadores realicen protesta por ejemplo una mala administración etc. y llegue a causar un gran caos y cierre temporáneo del centro de relajación.</p> <p><b>Atraso de los proveedores</b> Todas las empresa sufren o han sufrido en algún momento un problema de la entrega de mercadería, y esto atrasa la atención al cliente hace pensar que el</p>

<p>sea completamente excelente y se logre atraer clientes y conservarlos, los encargados de esto serán los propios trabajadores que por su falta de experiencia en servicio al cliente pueden causar o convertir el proyecto en un verdadero fracaso.</p>	<p>centro no cuenta con un amplio stop.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Estrategia FD</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Estrategia FD1</b></p> <p>Realizar un plan de marketing impactante, aliándose con medios de comunicación que ayude a publicidad, utilizar promociones por los primeros meses que ayude a capturar clientes nuevos y a mantenerlos.</p> <p style="text-align: center;"><b>Estrategia FD2</b></p> <p>La falta de experiencia de los lugareños es una amenaza constante para en centro de relajación, la mejor forma para evitar esto es que los trabajadores tenga 3 meses de capacitación intensa. Tres meses antes de la apertura de centro y realizar encuestas permanentemente a los visitantes de cómo les pareció el servicio y que es lo que le gustaría que se cambie.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Estrategia FA</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Estrategia FA1</b></p> <p>Asignar un presidente para los trabajadores alguien que se encargue siempre de los derechos de los trabajadores y que sea atendido por la presidencia como el porta voz de los trabajadores y se discuta en todo momento cuales son los derechos y los deseos de los trabadores, así se evitaría marchas o protestas sorpresivas de los trabajadores.</p> <p style="text-align: center;"><b>Estrategia FA2</b></p> <p>Una de las mejores estrategias para evitar atraso de proveedores es tener un mínimo para artículos o mercadería en stop, además de eso conversar con los proveedores del tiempo máximo que pueden tardar a la hora de traer n producto y si ese acuerdo es pasado por alto tener una lista de proveedores a quienes se puede acudir en caso de emergencias.</p>

*Fuente: Elaboración propia*

### **3.5 Determinar la demanda potencial del centro de relajación y meditación**

La demanda potencial del centro de relajación se realizó mediante una investigación de nuestra competencia, es así que nuestro mercado potencial es el mercado actual de la competencia, y como estas cifras eran

confidenciales, en cada una de las competencias se utilizó el conteo por cada uno de los huéspedes y la entrevistas respectiva a cada uno, preguntando si el motivo de su visita al centro era para utilizar algún servicio.

Este mismo procedimiento se realizaron a tres de nuestros competidores obteniendo lo siguientes resultados mensuales:

**Tabla VIII.- Determinación de la demanda potencial**

COMPETENCIA	CIFRAS DE TURISTAS ANUALES
Luna Run tun	3120 Visitas
Spa Garden	2160 Visitas
Termas de Papallacta	2040 Visitas
Centro de relajación y meditacion	2440 Visitas

2440 vistas= promedio de visitas de la competencia

**Fuente:** *Elaboración propia*

### 3.6 Plan de promoción / Plan de marketing

¿Qué es un plan de Marketing?

- Un documento escrito, que debe detallar acciones específicas de marketing, dirigidas a obtener unos objetivos específicos dentro de la estrategia de posicionamiento de la empresa, valido para un periodo de

tiempo concreto y, fundamentalmente, es un documento de gestión, es decir  
UN DOCUMENTO DE TRABAJO

### **3.6.1 Marketing turístico**

“Es el conjunto dinámico de actividades necesarias para el aprovechamiento, creación, distribución de los bienes, productos y servicios turísticos por cualquier ente con el fin de ponerlo a disposición del consumidor o usuario con la óptica filosófica de satisfacer su demanda o necesidades, cómo, cuándo y dónde el usuario turístico (el turista) lo precisa. “ (16)

Es muy importante detallar en un plan de marketing con que contamos y que servicios se van a realizar en el centro de relajación entre ellos podemos nombre servicios como:

#### **Masajes**

Los masajes consisten en el procedimiento terapéutico de realizar fricciones en la piel, y a la vez untar cremas que ayuden a conseguir la relajación completa del cliente.

Dentro de estos masajes tenemos tratamientos corporales realizados con hierbas y piedras caliente colocadas en ciertos puntos de la espalda que

absorben las cargas negativas y el estrés de las personas, además tratamientos faciales que ayudan a la desintoxicación de la piel y a la eliminación de piel muerta, tratamientos anticelulíticos que ayudarán a desvanecer los cúmulos de grasa localizada entre los masajes que se espera que tengan gran éxito es el masaje de piedras calientes y frías utilizando piedras del sector.

Esta es una de las técnicas más utilizadas por grandes spa o centros de relajación es la utilización de piedras calientes o frías que es un soporte de los masajes convencionales y que permite la relajación de los visitantes al menor tiempo, y con una duración larga del mismo, estas piedras son utilizadas en sitios estratégicos uno puede ser por puntos donde hay más concentración o acumulación de dolor o estrés y otro por puntos y son básicas para el movimiento del cuerpo.

### **Ejercicios de relajación y yoga**

Se realizarán ejercicios de meditación y yoga al aire libre, donde los visitantes podrán desarrollar mejor sus sentidos y podrán encontrar la paz teniendo contacto directo con la naturaleza para la relajación utilizaremos la meditación enseñando las bases y posiciones, además se dictarán clases de

yoga desde básicos hasta avanzados de igual forma en contacto con la naturaleza es por eso que se construirá un sitio especial para estos ejercicios.

### **Charlas, seminarios y conferencias**

Es importante que los visitantes practiquen la concentración, y estén en busca constante de su aura y su armonía es por eso que, se ha pensado en charlas, seminarios y conferencias dirigidas por expertos en cada tema ya sea en ejercicios, técnicas y artes chinas. Tailandesa, japonesa e hindú, además, se realizarán conferencia sobre el cosmos y su relación con el ser humano.

### **Precios**

Se conoce como todo valor monetario que se asigna a un bien o servicio, conceptualmente se lo define también como una expresión de valor en términos monetarios y de otros parámetros.

La fijación de precios de los productos y servicios que se designarán en este proyecto representa la parte más importante ya que es aquí que de

designarán no solo precios sino el futuro del centro, nos referimos a esto como, el punto más importante que los futuros clientes observan según las encuestas realizadas, ya que son los precios mas asequibles lo que los visitantes prefieren. La asignación de los precios se realizará en base a los precios de la competencia actual, claro esta, tomando en cuenta también los resultados obtenidos en las encuestas realizadas con respecto a lo que los entrevistados, además se utilizará la técnica del 0.99 en los precios para captar la atención del cliente.

Se realizará la fijación de precios de acuerdo a las categorías de hospedaje, restauración, masajes y yoga.

### Hospedaje:

**Tabla X.- Precios de hospedaje según las habitaciones**

Habitación	Sencilla 1 pax USD	Doble 2 pax USD	Matrimonial + 1 sofá cama 3 pax USD	Suite 4 pax USD
Centro de Relajación y Yoga	69.99	108.99	180.99	193.99
Edif. Equilibrium	No cuenta con Hospedaje	-----	-----	-----
Hotel Luna	120.00	144.00	191.00	246.00

Runtun				
Termas de Papallacta	125.00	145.00	-----	195.00
Spa Garden	No cuenta con Hospedaje	-----	-----	-----

**Fuente:** Elaboración propia

## Tratamientos

**Tabla XI.- Precios de tratamientos**

Tratamientos	Masajes corporales USD	Masajes localizados USD	Masajes de piedras calientes USD	Masaje Oriental USD	Masaje Indu USD	Drenaje Linfático USD	Exfoliación Corporal USD	Exfoliación Localizada USD
Centro de relajación y Yoga	43.99	29.90	30.99	45.99	50.99	36.99	50.99	30.99
Edif. Equilibrium Relax Day Spa	38.00	30.00	-----	-----	75.00	40.00	65.00	35.00
Hotel Luna Runtun	50.00	50.00	50.00	-----	55.00	55.00	50.00	33.00

Hotel Termas de Papallacta	55.00	35.00	40.00	45.00	50.00	36.00	60.00	38.00
Spa Garden	45.00	30.00	30.00	-----	-----	-----	50.00	32.00

**Fuente:** Elaboración propia

## Restaurante

**Tabla XII.- Precios de alimentación por plato**

Restaurante	Desayuno Buffet USD	Menú del día (típica) USD	Menú Vegetariano USD
Centro de relajación y yoga	10.99	15.99	8.99
Edif. Equilibrium Food Court Light	-----	-----	8.16
Hotel Luna Runtun	11.00	16.00	-----
Termas de Papallacta	11.60	16.00	-----
Spa Garden	-----	-----	-----

**Fuente:** Elaboración propia

## Yoga

**Tabla XIII.- Precios de sesiones de Yoga**

Yoga	Hatha Yoga Paquete 12 sesiones	Kundalini Yoga Paquete 12 sesiones	Raja Yoga Paquete 12 sesiones	Siddha Yoga Paquete 12 sesiones
Centro de relajación y yoga	95.99 USD	95.99 USD	95.99 USD	95.99 USD
Edif. Equilibrium  Pilates & yoga room	96 USD	96 USD	96 USD	96 USD
Hotel Luna Runtun	-----	-----	-----	-----
Termas de Papallacta	-----	-----	-----	-----
Spa Garden	-----	-----	-----	-----

**Fuente:** *Elaboración propia*

## Promociones

Una de las estrategias más utilizadas en toda empresa de bienes o servicios es, la creación de paquetes promocionales que lleguen a captar la atención de los posibles consumidores.

Estos paquetes promocionales que serán por todo el año ayudarán a tener un equilibrio económico a la empresa.

Estas promociones solo serán hospedaje mas tratamientos y hospedaje mas tratamientos y yoga

**Tabla XIV.- Precios de promociones de hospedaje más tratamiento**

Habitaciones	2n 3 tratamientos	3n 4 tratamientos	4n 5 tratamientos
Sencilla	180 USD	285 USD	420 USD
Doble 2 pax	225 USD	350 USD	490 USD
Matrimoniales + sofá cama 3 pax	280 USD	420 USD	570 USD
Suite 4 pax	350 USD	470 USD	620 USD

*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla XV.- Precios de promociones, hospedaje más tratamiento más  
Yoga**

Habitaciones	2N 3 tratamientos 3 sesiones de Yoga	3 N 4 tratamientos 4 sesiones de Yoga	4N 5 tratamientos 5 sesiones de yoga
Sencilla	220 USD	350 USD	490 USD
Doble 2 pax	265 USD	400 USD	580 USD
Matrimonial + sofá cama 3 pax	320 USD	490 USD	650 USD
Suite 4 pax	390 USD	540 USD	800 USD

**Fuente:** Elaboración propia

### 3.6.2 Estrategias de Mercado

La estrategia de mercado es el paso más grande del proyecto, ya que se debe de implementar pasos de promoción que llegue a captar la atención del mercado meta, por eso se ha decidido las siguientes herramientas para el mismo:

Este proyecto se centrará en la táctica de las 4 p (producto, precio, promoción y plaza) y por tal motivo de escogió las siguientes estrategias:

### **3.6.3 Marketing Directo**

El marketing directo aunque no tenga un concepto definido se lo conoce como una base de datos que proporciona nombres de posibles compradores, y es la herramienta principal y en la cual se sustenta esta estrategia.

Es así que se utilizará en éste proyecto una base de datos adquirida de tarjetas nacionales e internacionales (más utilizadas) donde, se entregará mensualmente junto al estado de cuenta del posible cliente un brochure promocional del centro de meditación por un tiempo determinado dependiendo de los resultados dados por el mismo.

El marketing directo se lo utilizará de la siguiente forma, se llamarán prospectos a todas aquellas personas que llamen al centro o a información preguntando más acerca del producto a las que se llamarán "sospechosas" y a estas personas se les enviará información más detallada acerca de el producto y sus promociones cada mes, tratando de realizar un seguimiento al cliente sin acosarlo.

### **Creación de un slogan**

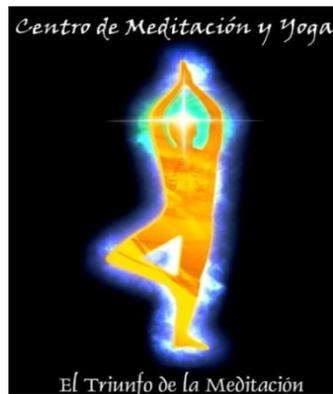
Se define slogan como, una herramienta importante para estar siempre en mente de los interesados o futuros clientes tratando de llegar de una manera fácil y corta, de esta forma se la conocerá por el nombre del centro o por slogan.

*Slogan "EL TRIUNFO DE LA MEDITACION"*

Se colocó éste slogan para unir, la ubicación del cantón El Triunfo, con el concepto del centro la relajación

### **Logo**

Así mismo se creó un logo, que represente gráficamente la temática del centro de relajación y meditación, este logo interpreta por medio de una chacra, la pureza y potencia mental que el visitante consigue cuando practica la meditación.



**Fuente:** Ing. Cristian Guadalupe

### **Visión y misión**

Es importante que el centro de relajación y meditación cuente con una dirección a futuro de lo que será o a donde se quiere llegar y cuales son los pasos a seguir para conseguir esas metas, es por eso es que, tenemos como:

### **Visión**

2015 haber posicionado al centro de relajación y meditación, como destino turístico y de relajación más importante y más frecuentado de la provincia del Guayas y satisfaciendo las necesidades de los visitantes

### **Misión**

Estamos dentro del radio de influencia de una de las ciudades con mayor número de población, rodeados de una espectacular flora y fauna, donde es posible relajarse y tener la gran experiencia de convivir con la naturaleza, nos caracterizamos por un excelente clima y un pacífico ambiente que ofrece satisfacer las necesidades de quienes lo visitan.

### **3.6.4 Marketing Viral**

Uno de los logros más importantes que tiene el internet es la facilidad que da a una empresa para llegar al cliente y llamar su atención por medio de portales web, ésta página debe de ser lo más claro y directo posible, tratando de llamar la atención en todo momento a los clientes, no solo en las promociones sino también en lo interesante y colorido de este sitio, sin llegar

claro esta, a la vulgaridad, ni a la sobrecarga de colores es por eso que, ésta página debe de tener una calidad de diseño alto con mensajes claros de lo que se quiere transmitir, con colores corporativos y serios pero interesantes, es fundamental que el tiempo de descarga del documento o las plantilla sea de segundos y fácil, que no produzca cansancio al navegador, hay que acordarse de que los competidores se encuentran a un click .

Los beneficios vistos de esta herramienta de marketing son un claro desarrollo y promoción de la marca ya que, aunque no se logra con todos los visitantes una compra se puede crear un memoria fotográfica en ellos por medio del logo, ahorro de costo en la creación y mantenimiento.

El tiempo que se empleará para la respuesta será muy corto ya que se tendrá una plantilla con la información que el cliente requiere y es mandada automáticamente, ésta forma de marketing también es un soporte para el servicio al cliente del centro de relajación, ya que es atendido de de igual manera en forma rápida y sin necesidad de llamar o visitar el centro así evitamos cuellos de botella en la atención y despacho de información.

Dentro de la pagina web o emarketing los usuarios podrán encontrar programas de afiliación donde, se recomienda llamar la atención de ellos por

medio de "si afilia a alguien se lleva un regalo" este puede ser un descuento del 15% ya sea ejercicios o masajes.

### **Video de marketing**

El video de marketing es una herramienta de bajo costo, que se difundirá por medio de visitas a clientes, o en cuentas corporativas, se puede difundir también en la página web.

La producción es fácil y no es necesario ser un experto ya que se pueden lograr excelentes resultados con fotografías tomadas a los clientes, gente de farándula o políticos que están accediendo al servicio además se pueden incluir entrevistas a los mismos.

### **3.6.5 Marketing interno**

No importará el tiempo ni dinero que se invierta en un proyecto o empresa si es que no existe una capacitación éste proyecto nunca surgirá, la capacitación será lo principal y a lo que se enfocará el centro de meditación,

ya que se catalogará como el marketing más importante o fundamental, por tal motivo, se realizarán constantes talleres en cada área sobretodo en aquellas que tenga mayor contacto con el cliente, como son: recepción, masajistas, meseros, etc. además de cursos de servicio al cliente o relaciones públicas para todos, una de las cosas que éste proyecto propone es que sean los mismo jóvenes o personas de los alrededores los colaboradores del centro de meditación ya que se motiva con esto a generar divisas e ingresos a la comunidad es por eso que, se realizarán charlas motivacionales y de superación personal, además de asesoría de imagen a todo el personal.

### **Publicidad en vía publica**

Una de las formas de promocionar el proyecto será por medio de vayas, ubicadas en forma estratégica tratando al máximo de captar la atención sobretodo de al mercado meta o potencial, en por eso que se recomienda ciertos sitios, unos de ellos será dentro de el cantón El Triunfo, que por su alta, concurrencia de autos y personas osea por su excelente ubicación ya que une a la costa y la sierra, llamaría gran afluencia turística, otro sector puede ser Guayaquil o Duran provincia del Guayas ya que siendo Guayaquil el mercado meta se podría captar el cliente desde su propio espacio o en

Duran que es donde pasan las mayoría de personas que visitan la sierra en sus propios carros.

### **3.7 Plan de relaciones publicas**

Se realizará un lanzamiento donde se logrará, que el centro de relajación se introduzca en la mirada de los futuros compradores y es por eso que se tendrá de invitados a personas conocidas en el medio así como, políticos o personajes reconocidos en el mundo del masaje y yoga en el Ecuador, si es posible, o sino en la provincia del guayas, dentro de este privado lanzamiento se explicará la razón de la creación de este centro y los servicios que ofrecerá además, de las promociones, planes a futuro y como se proyecta el centro dentro de cinco años.

#### **3.7.1 Herramientas de promoción**

Como herramientas de promoción se realizarán folletos, brochure con información de nuestras alianzas, servicios, ubicación, contactos, etc.

Publicidad por medio de impresos, se mantendrá un tiempo prudente de lanzamiento en medios como revistas, periódicos etc. dependiendo de la captación que tenga ésta herramienta en el mercado meta tratando al máximo que estos sean los principales del país.

### **3.8 Alianzas estratégicas**

Las alianzas ayudan a todas las empresas a minorar sus gastos, si estos lazos se realizan de forma excelente se obtendrá el beneficio en ambas instituciones.

#### **Asistencia Médica**

Contar con buenos servicios y excelentes promociones no basta, es importante el futuro huésped sienta confort y seguridad en todo momento, que sepa que el centro de meditación cuenta las 24 horas del día con un grupo de doctores capacitados y prestos a ayudar en todo momento y, que además, se cuenta con un transporte ambulatorio a disposición, es por eso que el centro de meditación unirá lazos con una clínica particular de el cantón que éste dispuesto a prestar este servicio.

#### **Alianzas con agencia de viajes, operadoras y mayoristas**

Muchas agencia de viajes optan por vender paquetes turísticos de aventura y relajación ya sea dentro o fuera del país, es por eso que el gerente general de la empresa logrará reuniones e invitará a los gerentes de agencia a probar los servicios con los que cuenta el centro, así se logrará que agencias de viajes ofrezcan el producto y a la vez obtenga la comisión o ganancia que ellos imponga, esto quiere decir que se venderá el paquete a un precio establecido por el centro especial para agencia de viajes y ellos establecerán las ganancias.

### **M.I. Municipalidad El Triunfo**

El municipio será un gran apoyo para el centro, por medio de éste, se puede llegar a muchas partes o a muchas personas ya que siempre los municipios están enlazados con ferias turísticas y es ahí donde se logrará ser parte de lo que ofrece el cantón, claro esta ofreciendo al municipio ya sean servicios o capacitación y mejora de vida para los trabajadores que viven dentro del cantón.

## **CAPÍTULO 4**

### **4. PROPUESTA DE SERVICIOS**

#### **4.1 Facilidades de Ingreso**

El triunfo forma parte de una gran cadena vial muy importante para nuestro país como es, la Panamericana siendo ésta la vía que une las regiones de la costa con la sierra y es altamente comercial, donde muchas personas aprovechan esta unión para comercializar los productos de la zona y

sobretudo los productos traídos y cosechados en diferentes regiones de nuestro país.

Si se encuentra en Guayaquil y desea ir hacia a estas tierras, y no se encuentra en carro propio puede tomar los buses Intercantoniales de las cooperativas; Santa Martha, Ricay, Troncaleña, Patria, Riobamba, Gran Colombiana, Trasadina,

Santa, San Luis que labora de domingo a sábado desde, el terminal terrestre su primer carro es a las 5:00 AM y el último a las 18:30 donde en cada uno de ellos sale con un intervalo de 15 min. O sino también puede tomar cualquier carro que vaya con destino a Riobamba ya que obligatoriamente recorre esta ruta.

Si usted viene desde Guayaquil o región de la sierra tiene, que quedarse en el Km. 92 pasando aproximadamente unos 40 minutos o 31 Km. del centro del Triunfo o si usted viene de la región sierra unos 15 min. Pasando de cantón de Cumandá.

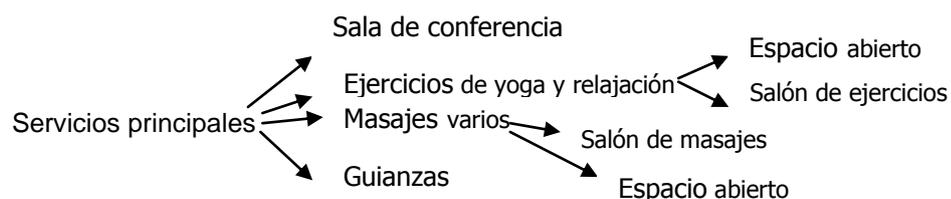
Cuando usted se encuentra en el punto antes indicado, podrá observar una angosta entrada que se ubicada a lado de la hacienda La Fontana, la entrada es lo más complicado, su inclinación hace de este una situación

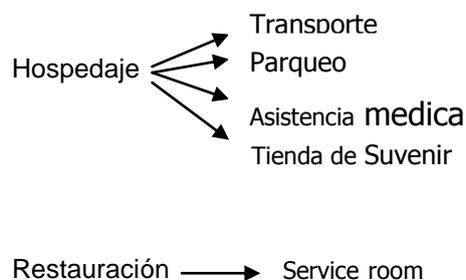
difícil para los carros pequeños o bajos por llamarlo así, donde hay que subir unos quince minutos por este camino.

Desde el momento que ingresamos por esta vía angosta podemos comenzar a oler, ver y escuchar la gran variedad de flora y fauna, después de pasar estos quince minutos vamos a comenzar a observar unos 10 minutos solo plantaciones de banano y de cacao, después volveremos a ver a una estupenda gama de vegetación donde se empieza a notar que su fauna no ha sido tocada por la mano del hombre, se observa después de 48 min. exactamente que se ha llegado al destino, ya que aquí termina el camino para transitar con automóvil, ya que el camino que antes era angosto y coge grosor con los minutos de recorrido, termina otra vez en un angosto camino que solo tiene acceso caminando y que conduce al río antes mencionado.

#### 4.2 Descripción de los servicios

El centro de relajación y yoga se clasificará en tres principales servicios, de ellos se desprenderán otros servicios abiertos o cerrados.





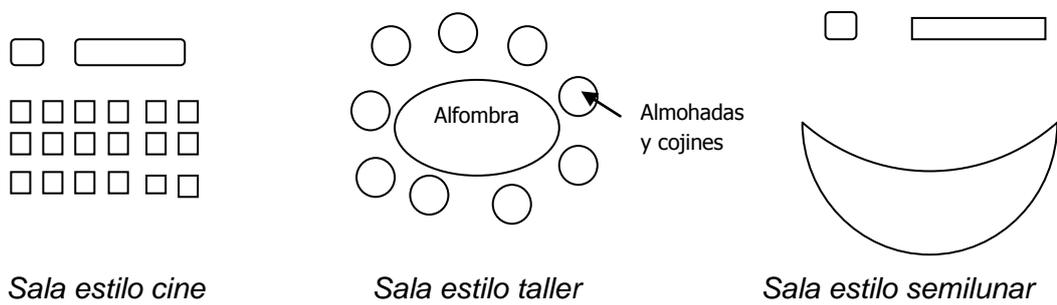
#### 4.2.1 Servicios principales

Se ha catalogado de ésta forma, ya que estos servicios son considerados como la fortaleza del destino y es donde se centra la diferencia con la competencia.

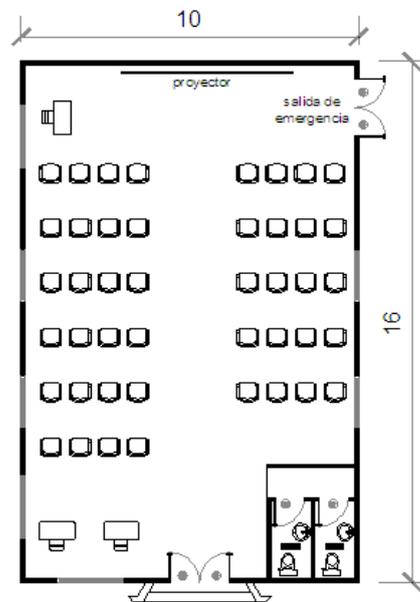
##### **Sala de conferencia**

Cabe recalcar que la sala de conferencia es de estilo chino y además, cuenta con su propia infraestructura, y ofrecerá como idea principal convenciones, charlas y eventos relacionados con la meditación, yoga y masajes además, charlas para encontrar la paz con uno mismo, gozo de la vida, como convivir con la naturaleza, el cosmos y la relación con el, así también se desarrollarán eventos sociales; como, cenas empresariales, reuniones corporativas y

agasajos empresariales claro esta, siempre llevados estos eventos dentro del margen o estilo del centro. Las salas que contará el salón serán tipo taller, cine, semiluna y contarán con varias luces alrededor de la sala.



**IMAGEN#14 Sala de Conferencia**



*Diseño: Ing. Víctor Orozco*

*Sala de conferencia: enfoque aéreo*

### **Ejercicios de yoga y meditación (espacio abierto/cerrado)**

Este será el principal servicio que se dará en el centro de relajación y meditación, es por eso que se ha designado dos áreas para el mismo, el primero es en un área cerrada donde la edificación será una replica de un templo chino y a la vez contarán con un ambiente acorde con el centro, y con profesionales de punta, también este centro contará con la segunda opción que, se espera que sea más utilizada que la primera, éste se desarrollará en dos ambientes distintos uno cerca del rio y la otra zona es paramo de tierra firme y con una excelente vista que ayudará a la relajación y contará también con excelentes equipos y expertos.

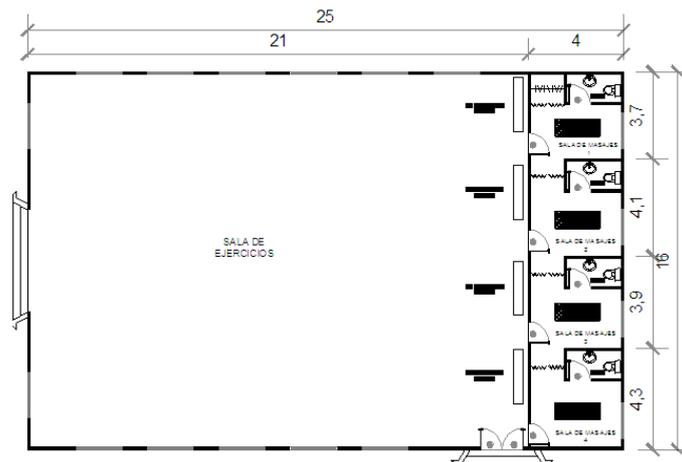
### **IMAGEN#15 Zona de meditacion #1 y 2**



*Zona escogida para la  
práctica de yoga  
Foto: Karla Chávez*



*Zona #2 escogida para la  
práctica del yoga  
Foto: Karla Chávez*

**IMAGEN#16 Plano de la sala de meditación y masaje**

**Diseño:** Ing. Víctor Orozco  
*Sala de ejercicios: enfoque aéreo*

**IMAGEN#17 Replica de la fachada de la sala de ejercicios y masajes**

*Templo Confucionista, Fachada de la edificación  
para ejercicios de Yoga (replica)*

**Fuente:**

**Sala de ma:** <http://www.marcopozo.blogia.com/2007/enero.php>

Siendo este la edificación donde se realizara tanto, masajes varios asi como ejercicios de yoga, la construcción será una replica de estilo chino, Los masajes se realizarán por expertos, y de igual forma en caso de ser necesario en masajes específicos se utilizarán piedras y minerales extraídos del mismo sitio del proyecto ya que se cuenta con una mina de diversos minerales así como cuarzo.

**IMAGEN#18** Minerales del sector **IMAGEN#19** Masaje, piedras calientes

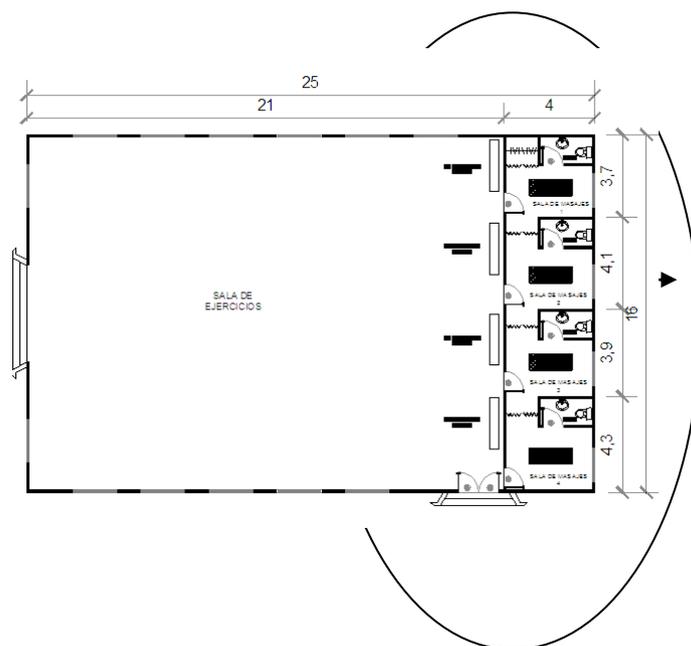


*Zona de la mina donde se aprecia cuarzo negro*  
**Foto:** Karla Chávez



Masaje de piedras calientes  
**Fuente:** <http://www.blidoo.com.mx/curso-anuncio-de-piedras-calientes>

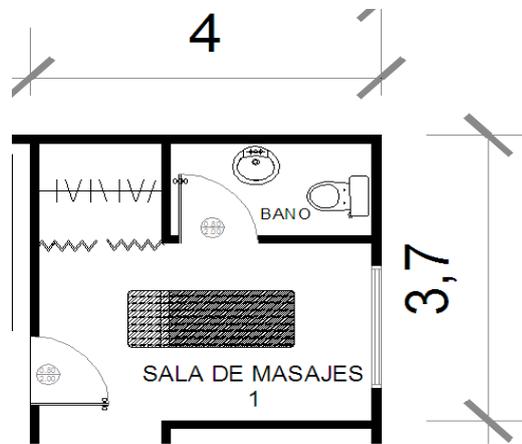
**IMAGEN#20** Plano de la sala de masajes



*Sala de masajes: enfoque aéreo*

*Diseño: Ing. Víctor Orozco*

**IMAGEN#21** Plano de la sala de masajes en zoom



**IMAGEN#22** *Diseño: Ing. Víctor Orozco*  
Zoom del cuarto de masaje,  
enfoco aéreo la sala de masajes



Fachada de la edificación para masajes (replica)

**Fuente:**

<http://www.marcopozo.blogia.com/2007/enero.php>

### **Guianza al sector y a la mina**

Uno de los servicios que se implementará, será, la guianza a la mina del sector donde se contará la historia de El cantón y sus minerales y se extraerá muestras de alguno de ellos, donde los visitantes podrán tomarse fotos e ingresar. La guianza también en a los alrededores del centro, aulas de masajes y yoga así como una breve explicación de lo que se espera del sitios como centro de relajación además de cómo nace la idea.

### **IMAGEN#23 Entrada a la mina de la zona, ángulo A y ángulo B**



*La mina del sector ángulo A*  
**Foto: Karla Chávez**

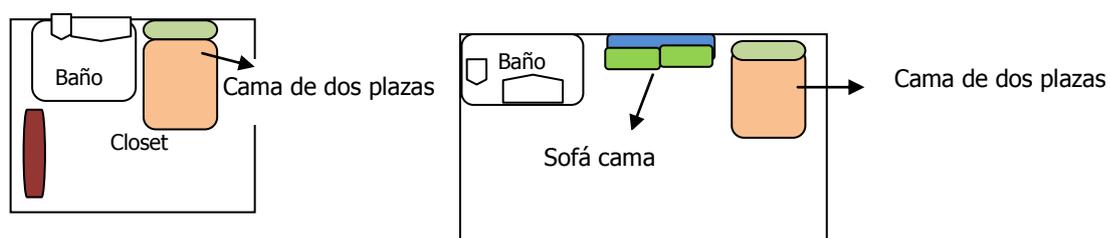
*La mina del sector ángulo B*  
**Foto: Karla Chávez**

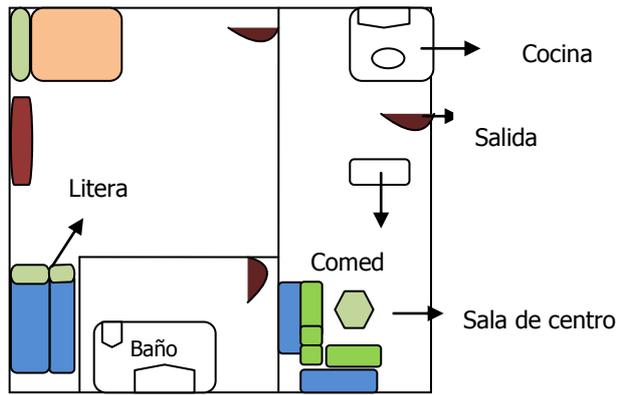
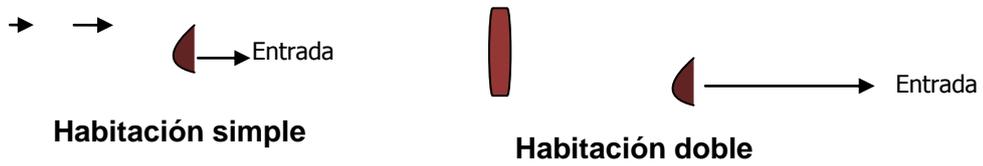
## Hospedaje

El alojamiento constará con habitaciones por el momento: tres sencilla, tres dobles y tres suite y se considerará extender el hotel según las necesidades y el crecimiento de huéspedes durante los próximos 2 años.

Las habitaciones tendrán, las sencillas, con una cama de dos plazas para un pax, las habitaciones dobles, con dos camas de una plaza y media para dos pax mientras que las matrimoniales, tendrán una cama dobles y un sofá cama para tres pax todas éstas tendrán con un baño completo moderno, ducha, lava-mano, ventilador, televisión por cable y room service y por ultimo las suite, tendrán dos una cama doble mas una litera además contará con una cocina y una sala pequeña y así mismo con una baño completo y todos los beneficios que cuentan las otras habitaciones.

**IMAGEN#24 diseño de las habitaciones simple, doble y suite**

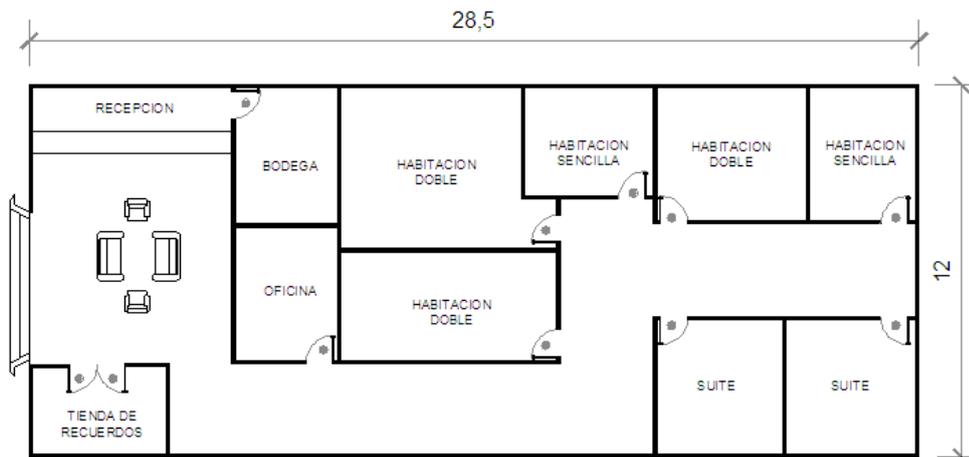




*Fuente: Elaboración propia*

**Suite**

**IMAGEN#25 Plano del Hotel**



***Diseño:** Ing. Víctor Orozco  
Sala de ejercicios, enfoque aéreo*

### **Asistencia Médica**

Este servicio deberá de estar incluida en la tarifa de hospedaje y será un servicio de 24 horas donde, se contará con alianzas con el M.I municipalidad y con la mejor clínica del el cantón, para tener un servicio inmediato y a la vez contar con una ambulancia las 24 horas en caso de emergencia todos los servicio correrán por cuenta del huésped.

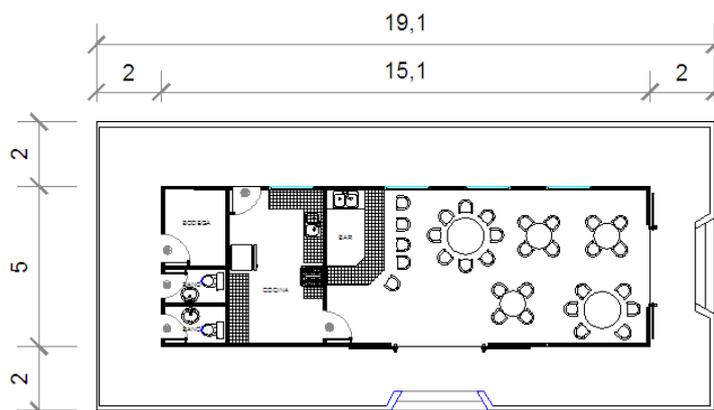
### **Restaurante**

El restaurante contará con edificación propia y de estilo chino como el resto de las construcciones, dentro de el se ofrecerá a los huéspedes una carta básica de desayunos y almuerzos típicos del país y a la vez los huéspedes

podrán escoger un menú de alimentación sana y vegetariana y los alimentos se realizarán al instante de la compra.

Por el momento se realizarán solo desayunos buffet y dependiendo los días y movimiento se realizarán almuerzo y merienda de igual forma, y esto se planeará a corto plazo dentro de la sala se encontrarán 3 mesas de 4 sillas, 1 mesa de 6 sillas, 1 mesa de 8 sillas mas 5 sillas, que se asentarán en el bar, éste restaurante constará con room service donde la atención será de 24 horas

**IMAGEN#26 Plano del restaurante**



**Fuente:** Ing. Víctor Orozco

**IMAGEN#27 Replica de la fachada del restaurante**



Foto: Fachada de la edificación del restaurante

**Fuente:**

<http://www.marcopozo.blogia.com/2007/enero.php>

**4.3 Instalaciones a implementarse (Zonificación)**

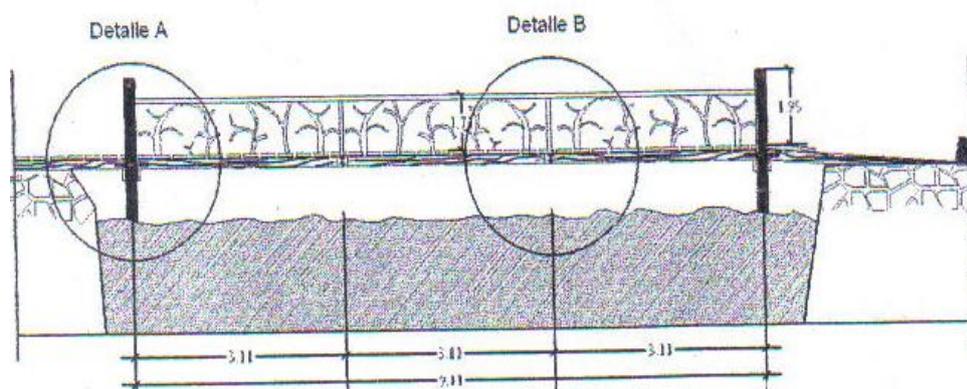
**4.3.1 Puente ecológico**

Cuando se llega al punto de interés o lugar a realizar el centro se apreciará un río, donde se cuenta con una pequeña cascada de mas o menos 2 metros

de caída, este a la vez necesitará un puente donde se pueda apreciar mejor esta bella vista y a la vez nos ayude a cruzar ésta afluencia, alrededor de ella se planea realizar ejercicios al aire libre, donde se podrá sentir el contacto más directo con la naturaleza, ya que no solo contaremos con el sonidos de los animales y de las aves sino también con el sonido del rio

Los materiales que se utilizarán en el puente serán del mismo material de la naturaleza y con los que se han construido las edificaciones anteriores como son la hotelería, el restaurante y la sala de conferencia.

**IMAGEN#28 Diseño del puente ecológico**



***Diseño:*** Ing. Víctor Orozco  
*Puente propuesto, Diseño Vista  
aérea*

*Puente propuesto*  
***Diseño:*** Ing. Víctor Orozco

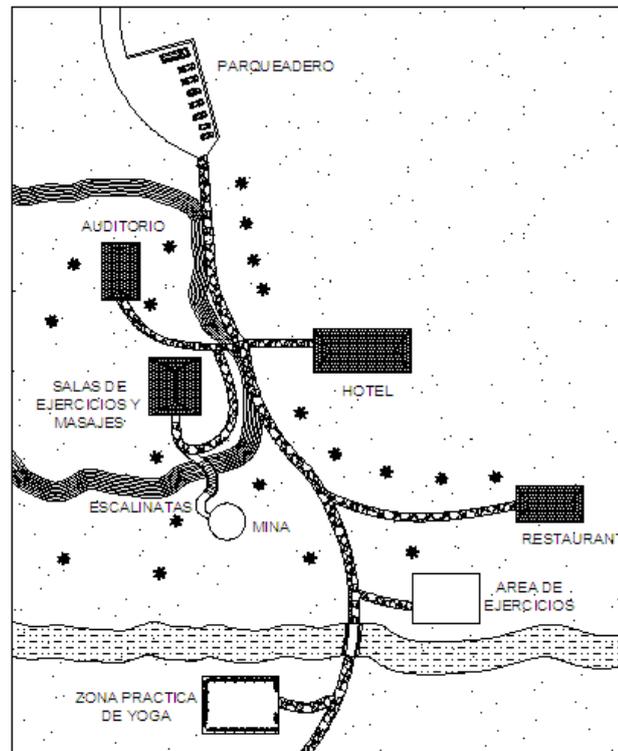
Se puede apreciar, que se utilizarán rocas del mismo río y el resto de madera.

#### **4.3.2 Sendero ecológico**

Estas angostas sendas, son construidas a punta de machete y se los pueden observar y recorrer, son cuatro los más importantes, dos de ellos cortan dos zonas en cuatro partes, comunicando entre si la parte baja-río y la parte media –residencia, el tercer sendero se encuentra en la partes laterales de la zona alta-meditación y que comunica directamente con el río, en la misma zona se encuentra las cuarta senda y está ubicada en la parte posterior, al recorrerlo uno se da cuenta que es el más angosto de todos y que sirve como comunicación con una zona más alta, que es como una continuación

de la montaña, que va rodeando a ésta elevación, mientras que al mismo tiempo va subiendo en forma circular a la cumbre y de pronto cuando uno piensa que le falta poco por llegar se corta totalmente la senda y se borra con la alta vegetación, haciendo retroceder a quien la esta recorriendo, es importante mencionar que éste sendero es el más peligroso de los cuatro ya que lo han diseñado o tal vez a los largo de los años y de varios deslices de la tierra encontrándose este camino al pie del barranco y que al fondo se puede divisar el río, en época invernal podría causar graves consecuencias o inseguridad a las personas que lo recorran.

**IMAGEN#29 Plano del sendero**



*Sendero propuesto*  
**Diseño:** Ing. Víctor Orozco

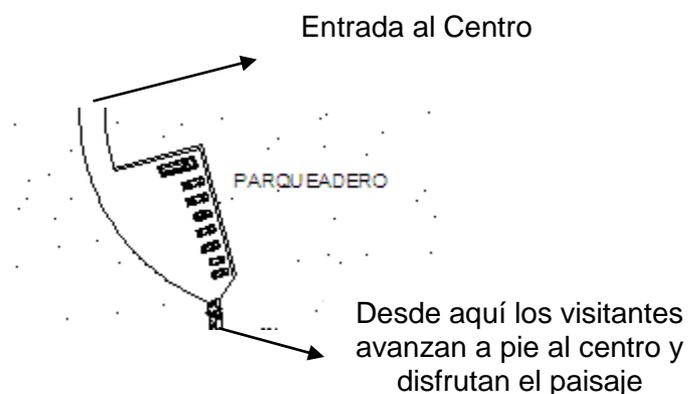
Se puede observar fácilmente lo que se propone en este proyecto, y es que el sendero sea ahora un camino bien establecido y construido con piedras del mismo sitio que no sean demasiado grandes ni muy pequeñas que sirvan para que los visitantes puedan recorrer el centro con tranquilidad.

### 4.3.3 Parqueo

Este parqueo se encontrará a 1km más abajo, donde se desarrollará el centro de relajación, su entrada es fácil con los cambios que se realizarán en la entrada y cualquiera marca de carro podrá acceder fácilmente, en el caso de que en el parqueo se llene, solo en el caso de que eso suceda, se dispondrá de un parqueo que se encuentra cerca y que tendrán un fachada parecida al centro de relajación que servirá como tranquilidad de los futuros clientes del centro.

Se puede apreciar el parqueadero en el siguiente dibujo

**IMAGEN#30 Plano del parqueadero**



*Parqueo propuesto*  
**Diseño:** Ing. Víctor Orozco

#### **4.3.4 Servicios Higiénicos Ecológicos**

Este proyecto, no solo plantea que el ser humano encuentre en la paz interior, meditación y el goce profundo con la naturaleza, es más se espera que la armonía completa éste acorde con el entorno, es por eso que se implementará servicios higiénicos que respeten totalmente el ambiente.

Se instalará una técnica nueva con inodoros de gran categoría, servicios higiénicos ecológicos es lo ultimo en desechos fecales capaz de transmitir higiene, pulcritud y estatus (17).

### **IMAGEN#31 Diseño de los baños ecológicos**



*Servicio higiénico propuesto*

**Fuente:** <http://www.zoomzap.com/techniques/SES-esp.php>

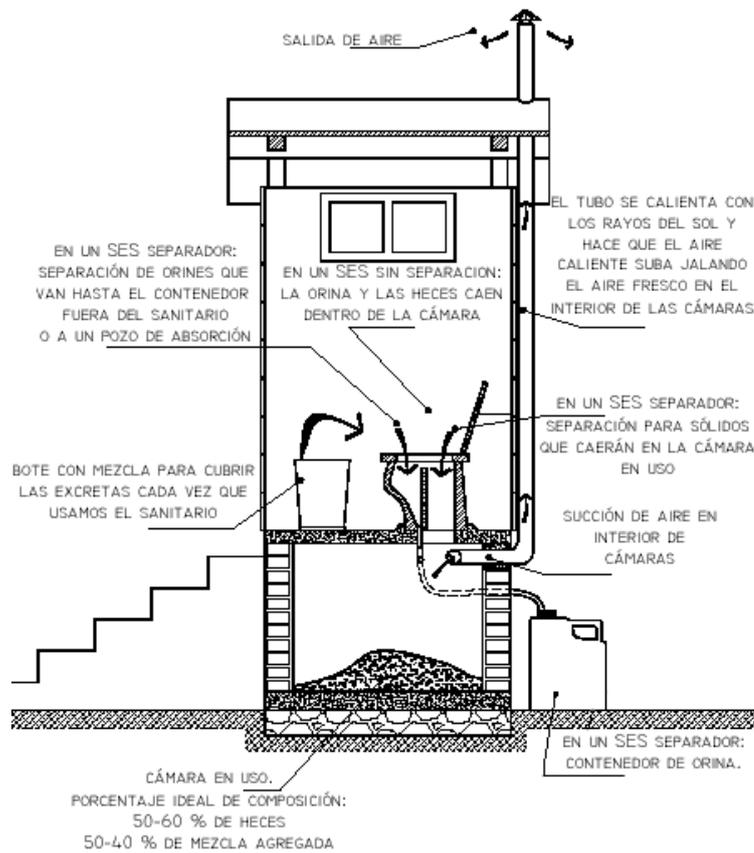
**Como funciona los servicios higiénicos ecológicos**

Antes que nada, nos debe quedar claro que las excretas humanas son un material orgánico y como tal, forma parte de un ciclo biológico. La forma como tratamos con este material importa, porque lo podemos convertir en un elemento contaminante y peligroso para nuestra salud si seguimos practicando diariamente hábitos como el de jalar la palanca y olvidarnos.

El SES es una buena opción porque elimina los microbios que nos enferman y porque capaz de satisfacer a todas con un diseño agradable según los gustos y costumbres del usuario.

El SES funciona con una instalación sencilla que no requieren de una red inmensa para su operación. Consta de tres elementos principales: Una taza o asiento donde el usuario realiza su depósito. Un contenedor o cámara donde se procesan las excretas hasta transformarse en un material estable y seguro.

### **IMAGEN#32 Proceso de limpieza de los baños ecológicos**



*Servicio higiénico propuesto*

**Fuente:** <http://www.zoomzap.com/techniques/SES-esp.php>

#### 4.3.5 Instalación de Agua

El sistema de captación de agua en sitios alejados, como en este caso el centro de relajación y meditación inicia con la colocación de tuberías de diámetro comprendido entre 4 y 6 pulgadas, las mismas que toman el agua del río y aprovechando la presión y caudal natural del cauce la dirigen a un desarenador primario como el de la figura.

### IMAGEN#33 Proceso de purificación del agua

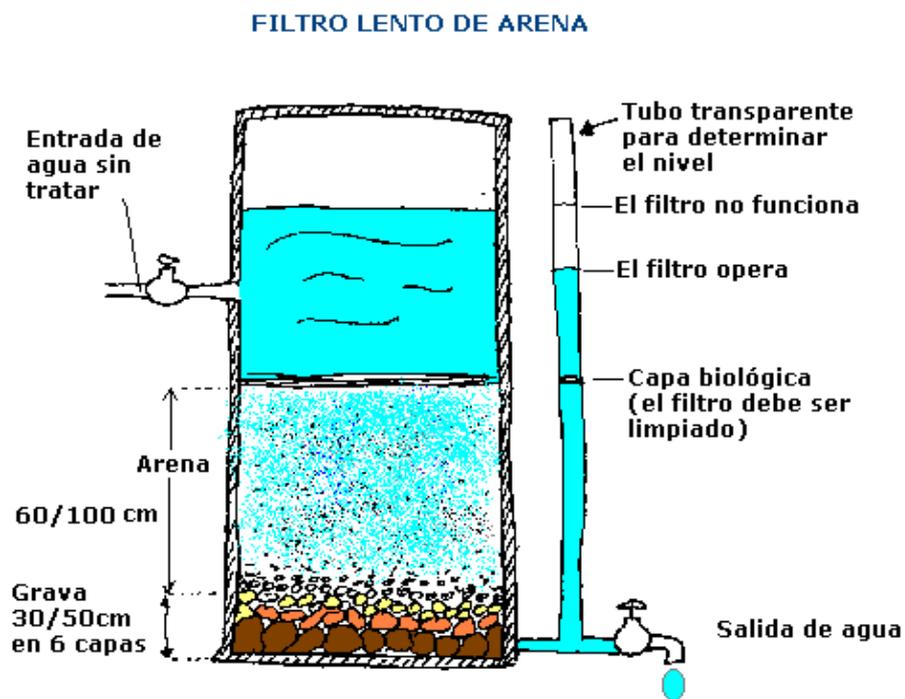


*Modelo propuesto sistema de agua*  
<http://www.perso.wanadoo.es/e/jmrsocio/agua1.jpg>

Diseño propuesto para la instalación de agua del centro de relajación y meditación Una vez que los sólidos en suspensión se han depositado en el fondo del desarenador el agua se conduce por un rebosadero hacia un filtro

primario básico en el cual las partículas comprendidas entre 4mm y 0,075 mm quedarán retenidas.

### IMAGEN#34 Proceso del filtro para el agua



*Proceso de transformación del agua del río*  
**Fuente:** <http://www.perso.wanadoo.es/e/jmrsocio/agua1.jpg>

Al pasar el agua por el filtro se procederá a almacenarla en una cisterna o tanque plástico para proceder con la coloración, este sencillo proceso podrá ser ejecutado manualmente teniendo cuidado con la determinación de

niveles y volúmenes almacenados de agua para la correcta dosificación del cloro, de preferencia líquido.

Luego esta agua almacenada y clorada será bombeada hacia un tanque elevado de plástico, según la demanda establecida por la cantidad de huéspedes en un día determinado. La estructura de elevación para el tanque deberá ser preferentemente de hormigón, tal como se muestra en la siguiente fotografía.

#### **IMAGEN#35 Almacenamiento del agua**



*Almacenamiento del agua*

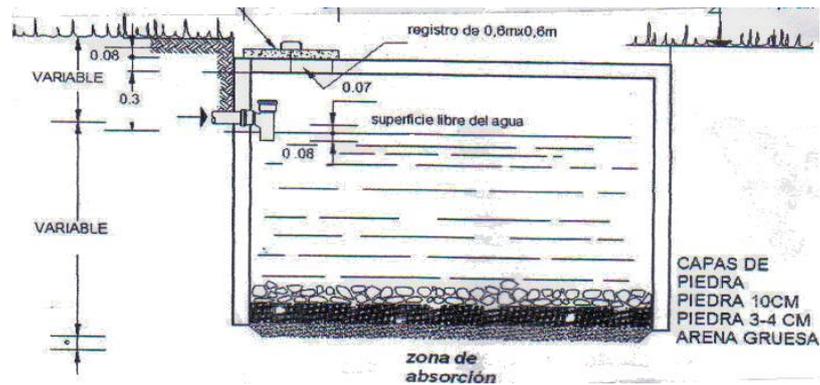
*Fuente: <http://www.perso.wanadoo.es/e/jmrsocio/agua1.jpg>*

Desde el tanque elevado se construirán las redes de distribución interna de agua, con tuberías de diámetro entre  $\frac{3}{4}$  y  $\frac{1}{2}$  pulgada.

#### **4.3.6 Fosa séptica**

La fosa séptica servirá también como medio de apoyo en caso de que exista algún daño o problema con los baños ecológicos, además de que, servirá como fosa para las aguas residuales y su debido proceso, estará esta fosa construida por fibra de vidrio ya que es igual de segura que las fosas sépticas de cemento con la diferencia que esta propuesta es más económica y de fácil transporte, sobretodo para lugares donde el acceso es difícil y producen menos daño al ambiente.

### IMAGEN#36 Diseño de la fosa séptica

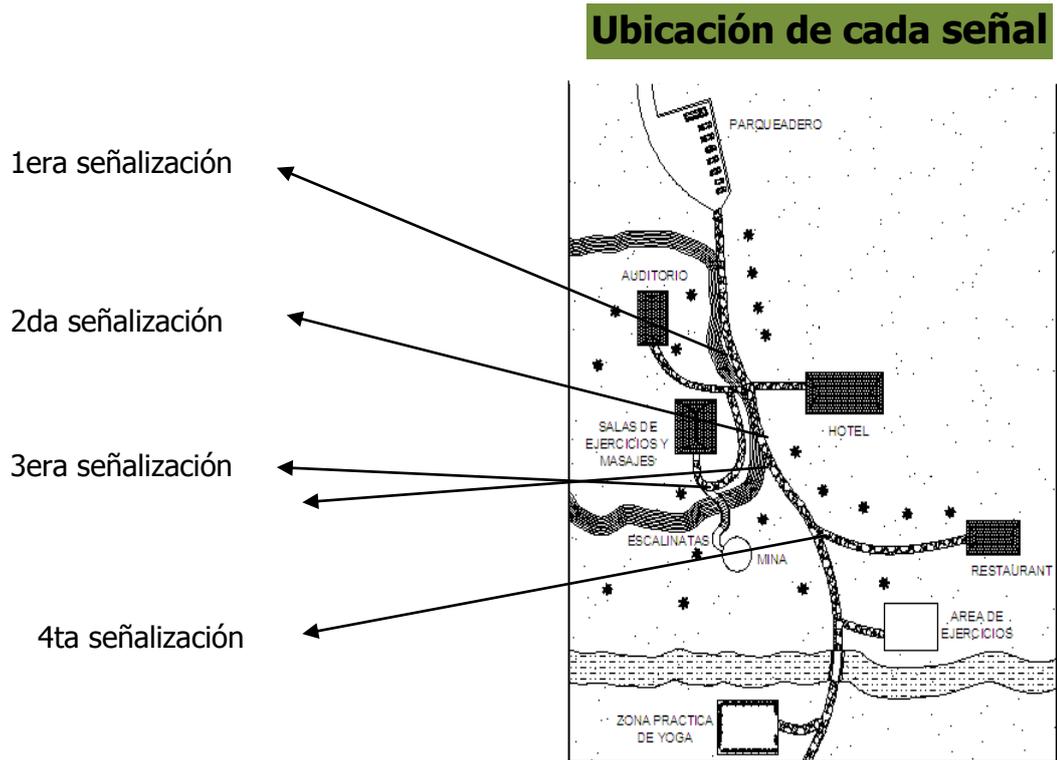


*Modelo de propuesta de la fosa séptica*  
**Diseño:** Ing. Víctor Orozco

#### 4.3.7 Señalización

Para la señalización del centro de relajación se utilizarán de la misma forma, materiales del mismo entorno procurando mantener la armonía del lugar, se situará 10 señáleticas pequeñas y 5 grande a continuación observará el esquema de ellas para el centro.

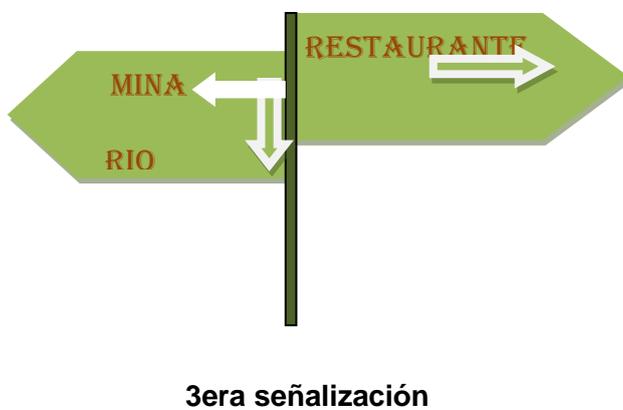
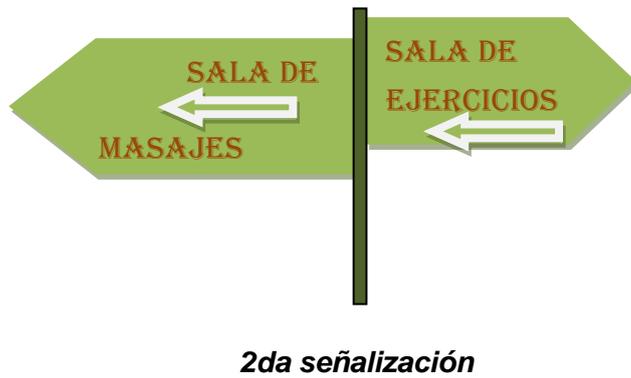
IMAGEN#37 Plano de la señalización del sitio

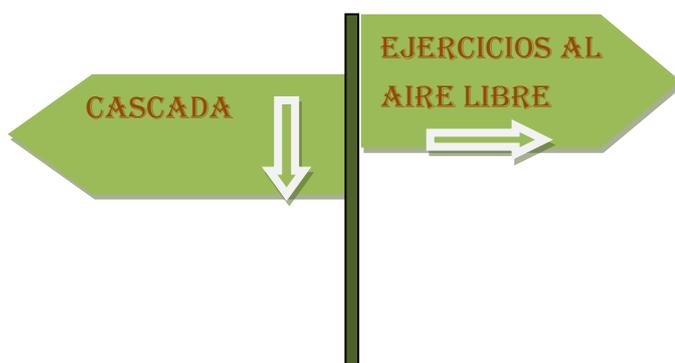


*Diseño: Ing. Víctor Orozco*  
**Planificación: Karla Chávez**

## Diseño de las señáleticas

IMAGEN#38 Señáleticas para el centro de relajación





4ta señalización

*Fuente: Elaboración propia*

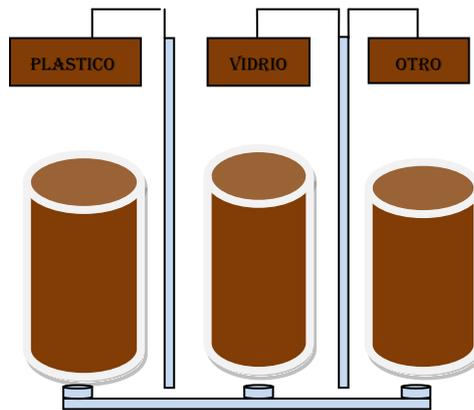
Además de estas grandes señalizaciones se implementarán unas más pequeñas con las siguientes palabras:



*Fuente: Elaboración propia*

De la misma forma se colocarán tachos de basura separándolos cada uno de los residuos para su debido reciclaje.

**IMAGEN#39 Diseño de basureros para el centro**

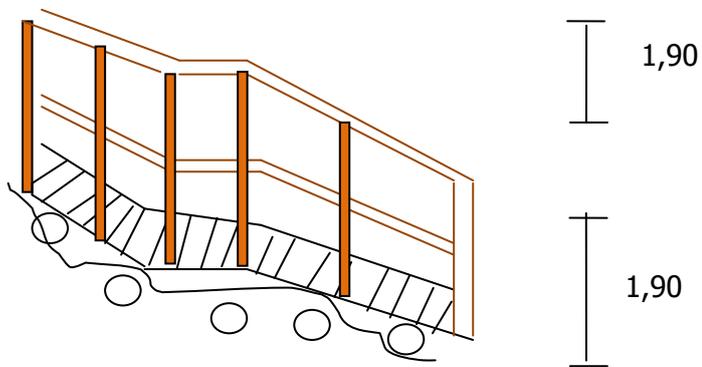


*Fuente: Elaboración propia*

#### 4.3.8 Escalinata

Otra de las formas donde se podrá acceder a la mina y a su vez al rio será por medio de una escalinata que se encontrará en la zona alta posterior como se lo puede apreciar en el grafico

**IMAGEN#40** Diseño de la escalinata



*Escalera propuesta*

**Diseño:** Ing. Víctor Orozco

#### 4.4 Clasificación de los ejercicios a realizarse

##### Yoga

##### IMAGEN#41 Práctica de yoga



*Foto: Práctica Siddha Yoga*

*Fuente: [http://www.yogalimite\\_filce.com/](http://www.yogalimite_filce.com/)*

Es importante recalcar en éste capítulo, que el proyecto no se centra en la historia de cada uno de los ejercicios más bien se enfoca en el diseño de las instalaciones y sus servicios.

Aunque es importante que se sepa que en el centro de relajación por el momento se realizarán ejercicios de Yoga y como tal, será el servicio principal, claro esta, sin dejar a un lado la posibilidad de incrementar nuevos ejercicios o técnicas así como Pilates o acupuntura, etc. por lo general estos

serán actividades asiáticas, para no perder el margen por el cual fue creado el centro y su estilo arquitectónico.

Por el momento solo se realizará la técnica del yoga, es importante para esto saber que el yoga nace hace 3.000 años en el Tíbet, que se encuentra situada al suroeste de la República Popular de China pero se conserva 14 técnicas de yoga en actualidad en la India.

Esta técnica es reconocida por mejorar y mantener una excelente salud y vigor a los que lo practican hasta lograr llevar al hombre a desarrollar sus facultades al máximo nivel.

Desde hace 25 años esta técnica ha sido estudiada en China llegando a interesantes conclusiones como son:

- Que los que practican el yoga poseen mejor salud y resistencia física.
- Se adquiere gran dominio sobre las funciones fisiológica.
- Los ejercicios producen notables efectos sobre el cuerpo por lo que puede aliviar o curar enfermedades de tipo funcional y orgánica.

El yoga o llamado también gimnasia estática es un conjunto de ejercicios excesivamente difíciles y peligrosos con larga duración cada uno y que solo

se puede llevar a cabo con excelentes resultados con un buen Gurú o maestro y un chela o discípulo muy disciplinado.

Esta teoría se caracteriza por actuar como base de trabajo el cuerpo físico mediante ejercicios o llamado también asanas (nombre que se da a la postura del cuerpo en la practica) y otras practicas de control de respiración ejerciendo su acción sobre diversos puntos internos del cuerpo produciendo liberación de sustancias malignas para el y ayudando a aumentar la fortaleza, resistencia y agilidad del cuerpo además ayuda al estreñimiento, obesidad, digestión, insomnio y nerviosismo.

Con esta técnica se aprende el autocontrol que en la actualidad esta perdido en los seres humanos causado por un mundo demasiado rápido y tenso es entonces el yoga un excelente preparador para llevar una autentica vida espiritual.

Todo lo antes explicado es al punto a donde el centro de relajación desea llegar para esto se contara con una habitación de exactamente 400m<sup>2</sup> con piso de madera que se encontrará impecable las 24 horas del día y tendrá mucha ventilación.

La duración o rutina será de 30 min a 1 hora y se lo practicará tres veces al día en la mañana, tarde y noche.

Y se enseñarán diferentes tipos que asanas dependiendo del nivel y se lo ha catalogados los niveles como principiantes, intermedios y avanzados, claro esta que para los avanzados las asanas se realizará tanto en el templo como al aire libre en lugares con mayor grado de peligrosidad.

En centro de relajación atenderá y se especializara con 4 de estas técnicas a continuación sus características y beneficios.

**Tabla XVI.- Características de los ejercicios de yoga**

Ejercicios	Características	Beneficios
<b>Hatha Yoga</b>	Se requiere de gran ejercicio físico más que cualquier otro tipo de yoga. Tiene asanas de larga duración con profundidad de respiración y concentración. Todas las posturas trabajan sobre ciertos órganos internos estimulándolos por medio de diferentes presiones suaves y haciendo circular la sangre desde hacia dichos órganos.	*Desarrolla y tonifica el sistema nervioso. * Causa efectos de calma en la mente, ayudando a combatir el estrés y la ansiedad. * Equilibra funciones como la digestión, sueño y circulación y el estrés * Encuentra el peso adecuado del cuerpo por medio de los ejercicios. * Cura dolencias físicas además de enfermedades graves como diabetes, asma y arteriosclerosis.
<b>Raja Yoga</b>	Llamado también yoga real ya que se centra en la postura mental y alta concentración que en la postura física	* Potencia la concentración, tranquilidad y disminuye el estrés y enseña a encausar el coraje, rencores y traumas en pensamientos positivos. * Ayuda a recordar cosas del pasado

<p><b>Siddha Yoga</b></p>	<p>Llamado también como el gran yoga por que tiene una combinación Hatha Yoga, Mantra Yoga, Laya Yoga y Raja Yoga.</p> <p>La meditación es practicada en silencio, enfocado en la respiración y no se utiliza el esfuerzo físico</p> <p>Se utiliza mucho los canticos como medio de concentración</p> <p>Se realiza por lo general retiros o aislamientos un poco prolongados.</p>	<p>* Esta clase e yoga ha sido el más polémico porque grandes maestros y beneficiarios aseguran que el Siddha Yoga cura enfermedades como el cáncer y el sida.</p>
<p><b>Kundalini Yoga</b></p>	<p>Conocido como el mas poderoso de los estilos de yoga</p> <p>Se centra en la liberación de la energía de la columna vertebral, para el Kundalini la energía se encuentra en la base de la columna y este método libera la energía hasta el cerebro, muchos beneficiarios aseguran que cuando esta energía se despide se pueden sentir múltiples sensaciones como temblores, sensaciones de hormigueo, olas de calor y mucha alegría y sensación de positivimos.</p> <p>Incluye posturas básicas con respiración fuerte</p>	<p>* Es beneficioso para todos los problemas de adicción así como el alcoholismo y drogadicción, enseñando como cuidar el cuerpo.</p> <p>* Mejora radicalmente el sistema digestivo, nervioso, cardiaco, vascular, glandular y por lo general a todos los sistemas del cuerpo.</p> <p>* Concede al cuerpo flexibilidad, fortaleza y delinea los músculos.</p> <p>*Aumenta la energía y balance glandular, logrando una piel radiante</p> <p>* Ayuda a la relajación, autoconfianza y paz mental abandonando la negatividad.</p>

**Fuente:** *Elaboración Propia*

Siendo la relajación la principal de sus necesidades ya que gracias a estudios se ha llegado a determinar que la liberación del estrés se ha convertido en una de las primeras necesidades de las personas y que podría

llegar a producir la muerte y esta colocado como base para una vida sana y plena es así como todos estos 5 importantes temas que los entrevistados coinciden son los que recalca una reconocida doctora en estos párrafos.

“El estrés es un fenómeno de adaptación al medio. Es un conjunto de reacciones ante diversos estímulos, que en ocasiones puede salvarnos la vida y en otras, dañarla (stress positivo y negativo).

Hans Seyle (médico canadiense) identificó 3 etapas en la respuesta del estrés:

- **Alarma** el cuerpo reconoce el estímulo y se prepara liberando hormonas que aumentan los latidos, la glucemia, la frecuencia respiratoria, la transpiración, etc. Todas reacciones que nos preparan para enfrentar el peligro o para huir del mismo.
- **Resistencia** el cuerpo intenta reparar el daño producido por la reacción de alarma. Si el stress continúa, el cuerpo permanece alerta y no puede reparar los daños. Continúa la resistencia y se pasa a la 3ra. Etapa.
- **Agotamiento** que va desde el simple agotamiento de las reservas hasta situaciones extremas como la muerte.

Vivimos en una sociedad con muchas amenazas constantes y donde se priorizan los logros económicos ante los logros espirituales.

A su vez, algunas personas tienden a ser más sensibles y a producir una descarga neurohormonal exagerada y sostenida en el tiempo que produce una menor calidad y cantidad de vida.

Existen recomendaciones sencillas y precisas, para evitar estas respuestas exageradas:

1. Desde tomarse tiempo para realizar alguna actividad recreativa y creativa, artística (ya sea para crear, como para observar la belleza, como por ejemplo ir a una exposición de arte).
2. Buscar el contacto con la naturaleza.
3. No quitar horas al sueño.
4. Tener amigos y familiares con quien intercambiar sentimientos y pensamientos sinceros.
5. Relajarse al final del día con una buena ducha de agua caliente, si es posible masajes, caricias.
6. Mantener una vida físicamente activa. La actividad física no solamente ayuda a alejar el stress, sino que acondiciona al corazón, fortalece el sistema inmunológico, disminuye la depresión, ayuda a mantener un peso de salud que aleja otros factores de riesgo como la intolerancia a los glúcidos, el

cáncer de colon y mama, el infarto, los accidentes cerebrovasculares, la hipertensión arterial, etc.

Sabemos que el stress y la actividad física están íntimamente relacionados.

Cada uno de nosotros puede sentir que cuando realizamos actividad física, "nos sentimos mejor", "más descargados de las tensiones cotidianas", y con los "ánimos renovados". Hasta nos sentimos más optimistas. Existen razones que se pueden explicar desde lo fisiológico, cómo ser que se elevan endorfinas, que aumentan los niveles de serotonina (sustancias segregadas por el organismo que se relacionan con el placer), etc.

Pero lo concreto es que la gente que realiza una actividad física regular, de intensidad moderada de por lo menos 3 veces por semana y en lo posible todos los días, aeróbica y de bajo impacto, vive más años y mejor calidad de vida" (18).

#### **4.5 Clasificación de los masajes a realizarse**

Este centro será un sitio dotado de expertos en relajación y que, se enfocará en el mejoramiento continuo con cada actividad que ofrezca la salud mental y física de cada uno de los visitantes es por eso importante saber que:

- Ayudan a relajar el cuerpo.
- Mejoran al sistema circulatorio y el sistema linfático.
- Contribuyen en la eliminación de toxinas.
- Calman dolores en músculos y articulaciones.
- Alivian la presión de la espalda y el cuello generados por malas posturas o debilidad muscular.
- Ayudan a dormir mejor.

Los masajes son una experiencia relajante y terapéutica. Sus efectos no solo son a nivel físico, la mente también responde al toque humano. Durante el masaje logramos relajar mente y cuerpo y nuestra energía vital aumenta (19).

**Tabla XVII.- Características de los masajes**

<b>Masajes</b>	<b>Características</b>	<b>Beneficios</b>
<b>Masaje corporal</b>	Comienza lentamente en dirección ascendente es decir hacia el corazón	Comprime la sangre venosa llevándola al corazón activando así la circulación procedente de los tejidos.
<b>Masaje localizado</b>	Los masajes corporales localizados se concentran en áreas individualizadas del cuerpo. Si es su primera experiencia de Spa, un masaje localizado le permite probar la terapia, mientras las demás partes del cuerpo se relajan.	Comprime la sangre venosa llevándola al corazón activando así la circulación procedente de los tejidos.

<b>Masaje de piedras calientes</b>	Se inspira en las disciplinas orientales, según las cuales están situados siete chakras a lo largo del canal central del cuerpo; centros de la energía vital, que se corresponde con varios órganos	Regular el flujo energético en el cuerpo (demasiada energía en círculo o demasiado poca puede crear trastornos)
<b>Masaje oriental</b>	Esta basada también en el flujo de energía a través de los meridianos. De acuerdo a la reflexología los seis meridianos más importantes terminan en los pies. Cada parte del cuerpo, cada órgano esta relacionado con una parte de pie.	Ayuda a tratar varios problemas de salud, entre ellos: problemas digestivos, constipación, irregularidades en el periodo mensual, síntomas de menopausia, stress, fatiga, migraña y problemas cutáneos.
<b>Masaje Hindú</b>	El masaje es una de las formas terapéuticas más naturales y seguras que se conocen. El masaje CHAMPI de cabeza trabaja a nivel físico, mental y sutil. Trabaja en la parte posterior y superior de la espalda, hombros, brazos, cuello, cabeza y cara, que son las áreas más vulnerables acumular estrés y tensión	Relajación general y específica de los músculos, proporcionando un alivio inmediato. Suaviza las adherencias de las fibras musculares (nódulos y contracturas), alivia los dolores crónicos de cuello y rigidez de hombros, estimula y mejora la circulación linfática, promueve el crecimiento del pelo, alivia los dolores de cabeza, de ojos, de oídos y maxilares, zumbidos en los oídos, sinusitis y congestión, rigidez en el cuello y hombros, insomnio, proporciona una relajación general.
<b>Masaje de drenaje linfático</b>	El masaje de drenaje linfático actúa en la estimulación del flujo linfático, será realizado con movimientos superficiales, suaves, en forma circular con maniobras que actúan sobre el tejido conectivo laxo y se caracteriza por un trabajo intensivo realizado en las zonas de los ganglios	Ayuda al mantenimiento del equilibrio de líquidos mediante su drenaje en los tejidos del cuerpo, la defensa del cuerpo y mejorar la absorción de las grasas procedentes del sistema digestivo.

	linfáticos.	
<b>Masaje de exfoliación corporal</b>	Los fenómenos que determinan los procesos de deterioro y envejecimiento de las células cutáneas, en las zonas menos expuestas a la acción de los agentes externos, se manifiestan en alteraciones de la estructura de la piel, que son fundamentalmente distintas a las que se verifican en las zonas cutáneas más expuestas como, por ejemplo, las zonas del rostro y cuello	Previene el envejecimiento cutáneo activando la circulación; desintoxica naturalmente la epidermis estimulando los diferentes procesos de eliminación de las células muertas y otras impurezas. Al eliminar la capa de células muertas e impurezas depositadas sobre la piel también permite una mejor oxigenación de las células y proporciona inmediatamente una piel suave y transparente.
<b>Masaje de exfoliación localizado</b>	Los fenómenos que determinan los procesos de deterioro y envejecimiento de las células cutáneas, en las zonas menos expuestas a la acción de los agentes externos, se manifiestan en alteraciones de la estructura de la piel, que son fundamentalmente distintas a las que se verifican en las zonas cutáneas más expuestas como, por ejemplo, las zonas del rostro y cuello	Previene el envejecimiento cutáneo activando la circulación; desintoxica naturalmente la epidermis estimulando los diferentes procesos de eliminación de las células muertas y otras impurezas. Al eliminar la capa de células muertas e impurezas depositadas sobre la piel también permite una mejor oxigenación de las células y proporciona inmediatamente una piel suave y transparente.

**Fuente:** *Elaboración Propia*

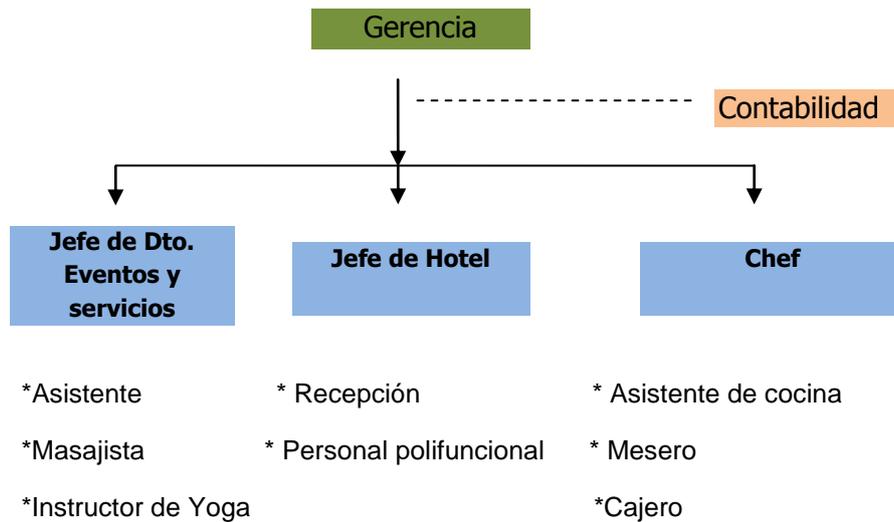
## **Capítulo 5**

### **5. ASPECTOS FINANCIEROS Y ADMINISTRATIVOS**

#### **5.1 Organigrama**

Conocido por la representación de la estructura organizativa de una empresa u organización presentada en estructuras departamentales, en el caso del organigrama del centro de relajación y yoga, se tratará de estructurar uno de forma horizontal donde todos o casi todos tengan el mismo nivel jerárquico (20).

### Organigrama del Centro de relajación y Yoga



**Fuente:** *Elaboración propia*

Este organigrama está sujeto a cambios dependiendo del crecimiento de la empresa o de las necesidades, así como también a los sueldos de los empleados, es muy importante que se escriban cada uno de estos departamentos minuciosamente, el trabajo a realizar, cuales son las funciones para no tener problemas en el futuro, sobre lo que realizará cada empleado del centro de meditación y la coordinación del trabajo además de a quien acudir en caso de algún problema o eventualidad, se detallará en cada uno de los departamentos el perfil del cargo.

## **Gerencia**

Será la persona encargada de supervisar, organizar, planificar y liderar todos los departamentos como son hasta el momento planificación, hotel, restaurante y el área de contabilidad externa así como el perfecto funcionamiento y coordinación con la aplicación de correctivos si así se lo considera. La persona que ocupará este cargo será la jerarquía más alta del centro de relajación y por lo tanto todos los jefes de áreas y subordinados de los mismos deberán acatar órdenes y enviarle mensualmente la situación actual de las áreas así como las ventas efectuadas en el mes.

## **Perfil del cargo**

- Tener entre 26 y 50 años
- Ser Graduado en Turismo o una carrera a fin
- Mínimo 2 años de experiencia en gerencia o 1 año de si es en gerencia o supervisor de área en hotelería
- Tener habilidades de líder
- Haber realizados varios curso de liderazgo, administración y hotelería

**Sueldo**

- 800 dólares americanos

**Jefe de departamento de Eventos y servicios**

El jefe del departamento de administración deberá ser una persona líder, responsable capaz de direccionar a un grupo de subordinados a la excelencia y planificar todo lo referente a las actividades que se realizarán en la sala de eventos, así como, seminarios, cursos y conferencias. Además esta persona debe ser una persona capacitada y tener un grado de alto de conocimientos en masajes, relajación y yoga para que pueda junto a los instructores y masajistas coordinar los eventos y toda planificación a realizarse en el centro además esta persona estará obligada a tener una planificación de 6 meses de anticipación y se encargará de la publicidad así como la venta de los servicios o paquetes.

Esta persona trabajará mucho con la gerencia y con los maestros en yoga, relajación y masajistas y esta obligada a enviar mensualmente informe de su trabajo, avances y ventas de los mismos.

**Perfil del cargo**

- Tener entre 26 y 50 años
- Ser Graduado en Turismo o una carrera a fin
- Mínimo 2 años de experiencia en el cargo
- Tener habilidades de líder y experto en planificación
- Haber realizados varios curso de liderazgo, administración y hotelería
  - Tener conocimientos de las actividades a realizarse en el centro
  - Conocimientos básicos de ingles

**Sueldo**

- 550 dólares Americanos

**Asistente de departamento de eventos**

El o la asistente de este departamento será la mano derecha y la encarda junto con la persona encargada de este departamento de la coordinación de mismo y deberá de ser una persona muy ordenada capaz de tomar decisiones por si misma si el caso lo amerita a la vez una persona suelta y extrovertida capaz de atender a un cliente y cerrar un trato.

**Perfil del cargo**

- Tener entre 26 y 50 años
- Cursar una carrera
- Mínimo 6 meses de experiencia en el cargo

**Sueldo**

- 300 dólares americanos

**Masajista**

Debe de ser una persona que sepa controlarse a si misma ya que debe de trabajar con el cliente directamente además de que debe de ser ordenado.

**Perfil del cargo**

- No importa la edad
- Mínimo 2 años de experiencia en el cargo
- Haber realizados varios curso de masajes
- Tener conocimientos de las actividades a realizarse en el centro

**Sueldo**

- 480 dólares Americanos

### **Instructor de yoga**

Debe de ser una persona que sepa controlarse a si misma ya que debe de trabajar con el cliente directamente además de que debe de ser ordenado.

### **Perfil del cargo**

- No importa la edad
- Mínimo 2 años de experiencia en el cargo
- Haber estudiado la técnica.
- Tener conocimientos de las actividades a realizarse en el centro
- Conocimientos básicos de ingles

### **Sueldo**

- 480 dólares Americanos

### **Chef**

La persona que ocupe este puesto será la máxima autoridad en el área de restauración y tendrá como subordinados, al asistente de cocina, mesero y cajero y junto a ellos se encargará de coordinar, direccionar, de sacar a flote el restaurante claro esta la preparación del alimento y del manejo en general

de la cocina además de la bodega y en apoyo con el asistente de cocina deberán de coordinar el room service, la preparación de los banquetes para los eventos que se realizarán en el centro.

El chef también estará encargado de supervisar y aprobar el cierre de caja y de mensualmente enviar a gerencia las ventas y un análisis de los mismos en periodos pasados, encontrar fallas o crear nuevas formas de mejorar el servicio.

El chef como máxima autoridad del restaurante será el encargado de hacer cumplir la calidad de la atención al cliente que realizarán los empleados de este departamento.

### **Perfil del cargo**

- Tener entre 26 y 50 años
- Ser Graduado de chef
- Mínimo 2 años de experiencia laborar en este cargo
- Tener habilidades de líder y experto en planificación
- Haber realizados cursos de liderazgo, administración u hotelería
- Tener conocimientos de las actividades a realizarse en el centro

**Sueldo**

- 650 dólares americanos

**Asistente de cocina**

El asistente de cocina será el encargado de ayudar al chef a la preparación del alimento así como la coordinación del room service además de la pulcritud del área y del aseo de la vajilla también, debe de hacer un inventario mensual y el mantenimiento de la misma, esta obligado a realizar la lista de suvenir y tener un provisión stop.

**Perfil del cargo**

- Tener entre 20 a 50
- Estar estudiando la universidad o haber terminado la secundaria
- Tener conocimientos de las actividades a realizarse en el centro

**Sueldo**

- 250 dólares americanos

**Mesero**

El mesero será el encargado de la atención directa al cliente y estará en la obligación de un buen servicio, pedir sus órdenes y coordinar junto a los de cocina la rápida atención logrando llevar los pedidos en la menor cantidad de tiempo posible.

**Perfil del cargo**

- Tener entre 20 a 50
- Estar estudiando la universidad o haber terminado la secundaria
- Tener experiencia en el cargo
- Tener conocimientos de las actividades a realizarse en el centro

**Sueldo**

- 250 dólares americanos

**Cajera**

Será capaz de realizar las cobranzas de la alimentación a los clientes así como el cuadro en la apertura y cierre de caja con responsabilidad.

**Perfil del cargo**

- Tener entre 20 a 50
- Estar estudiando la universidad o haber terminado la secundaria
- Tener conocimientos de las actividades a realizarse en el centro

**Sueldo**

- 250 dólares americanos

**Jefe de Hotel**

El jefe de Hotel tendrá como obligación liderar y coordinar todo lo referente al hotel a la vez tendrá la función de ama de llaves ya que supervisara la pulcritud de las habitaciones, corredores, sala y demás rincones del hotel, será el encargado de la compra de los suvenires, estados financiero, publicidad, ventas de habitación y la revisión de la disponibilidades de la misma. Estará dispuesto y capacitado para reemplazar cualquier personal del hotel en caso de que no asista o no se encuentre en su puesto de trabajo.

**Perfil del cargo**

- Tener entre 26 y 50 años
- Ser Graduado en Turismo o una carrera a fin

- Mínimo 2 años de experiencia en el cargo
- Tener habilidades de líder y experto en planificación
- Haber realizados varios curso de liderazgo, administración y hotelería
- Tener conocimientos de las actividades a realizarse en el centro
- Conocimientos avanzados en ingles

### **Sueldo**

- 650 dólares americanos

### **Recepción**

Se encargará de la atención directa con el visitante y de la facturación a huéspedes, el cuadro al aperturar y cerrar la caja además asignará las habitaciones, manejará la correspondencia y estará pendiente de la entrada y salida de los huéspedes.

### **Perfil del cargo**

- Tener entre 20 a 50
- Estar estudiando la universidad o haber terminado la secundaria
- Tener conocimientos de las actividades a realizarse en el centro

**Sueldo**

- 250 dólares americanos

**Personal polifuncional**

Esta persona tendrá contacto directo con los huéspedes y manejará sus equipajes además estará pendiente de la entrada y salida de los mismos también estarán obligadas a mantener las áreas asignadas pulcras las 24 horas del día y las herramientas de trabajo limpias y ordenadas, los hombres que formen parte de limpieza deberán de tener conocimientos en mantenimiento ejemplo, gasfitería y plomería y serán los encargados de estos arreglos en todo el centro y del lavado y planchado de los blancos.

**Perfil del cargo**

- Tener entre 20 a 50
- Haber terminado la secundaria
- Tener conocimientos de las actividades a realizarse en el centro

**Sueldo**

- 250 dólares americanos

**Contabilidad externa**

La empresa para minorar costo ha decidido contratar un staff de contabilidad que deberá de presentar y estar al día en el cierre general de caja de todos los departamentos así como los estados financieros y reporte mensual de los mismos, pago del personal, proveedores e impuestos varios.

**Perfil del cargo**

- Tener entre 26 y 50 años
- Ser Graduado de Ingeniero Comercial
- Mínimo 2 años de experiencia en el cargo
- Tener habilidades de líder y experto en planificación
- Haber realizados cursos de liderazgo, administración u hotelería
- Tener conocimientos de las actividades a realizarse en el centro

**Sueldo**

- 650 dólares americanos

## 5.2 Inversiones

Para este proyecto se prefirió comenzar la parte financiera desde la inversión inicial y cuanto costará montar el Centro de Relajación y desde ahí desplegar cada uno de los aspectos que llevaron a este resultado.

El costo inicial para El centro de relajación y meditación El Triunfo es de 511.087,24 dólares.

A continuación se desplegará el cuadro de la inversión inicial en dólares.

**Tabla XVIII.- Inversión del proyecto**

INVERSION DEL PROYECTO	
Equipo y Maquinaria	34862,48
Equipo de Computo	1718,90
Equipo de Oficina	1069,00
Muebles y Enseres	18272,42
Terreno	13470,00
Edificio	373025,50
Gastos de constitución	1500,00
Inventario Inicial	67168,94
TOTAL DE LA INVERSION	511087,24

*Fuente: Elaboración Propia, 2010*

### 5.3 Ingresos y gastos

Para determinar los ingresos o ventas que se determinaron en el centro de relajación en el primer año de funcionamiento, los cuales se han tomado en cuenta varias variantes como son los feriados, localización, demanda de los spas y de nuestra diferenciación con el mismo, análisis de los resultados favorables de las encuestas y la capacidad de manejo del centro además de el incremento del 5% a partir del segundo año.

Para observar mejor las ventas que se realizaran por cada producto o servicio diariamente, mensual y anual.

Los ingresos totales operacionales que se estiman tendrá el centro durante los primero años de funcionamiento con escenario conservador:

**Tabla XIX.- Ventas totales en un año de funcionamiento escenario conservador**

<b>Ventas Totales del Centro de Relajación y Meditación</b>					
<b>Servicios</b>	<b>1er año</b>	<b>2do año</b>	<b>3er año</b>	<b>4to año</b>	<b>5to año</b>
<b>Masajes</b>	191.657,21	201.240,07	211.302,07	221.867,18	232.960,54
<b>Restaurante</b>	5.891,00	6.185,55	6.494,83	6.819,57	7.160,55
<b>Hotelería</b>	81.565,60	85.643,88	89.926,07	94.422,38	99.143,50

<b>Yoga</b>	26.475,00	26.475,00	26.475,00	26.475,00	26.475,00
<b>Promoción 1</b>	220.347,00	231.364,35	242.932,57	255.079,20	267.833,16
<b>Promoción 2</b>	120.475,00	126.498,75	132.823,69	139.464,87	146.438,12
<b>Salón</b>	12.000,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08
<b>Tienda</b>	1.851,98	1.944,58	2.041,81	2.143,90	2.251,09
<b>Ventas totales</b>	660.262,79	691.952,18	725.226,04	760.163,59	796.848,02

*Fuente: Elaboración propia, 2010*

En el cuadro optimista se estima lo siguiente:

**Tabla XX.- Ventas totales en un año de funcionamiento escenario optimista**

<b>Ventas Totales del Centro de Relajación y Meditación</b>					
Servicios	1er año	2do año	3er año	4to año	5to año
Masajes	226.719,74	226.719,74	226.719,74	226.719,74	226.719,74
Restaurante	19.452,68	19.452,68	19.452,68	19.452,68	19.452,68
Hotelería	149.605,56	149.605,56	149.605,56	149.605,56	149.605,56
Yoga	23.008,00	23.008,00	23.008,00	23.008,00	23.008,00
Promoción 1	248.451,00	248.451,00	248.451,00	248.451,00	248.451,00
Promoción 2	103.652,00	103.652,00	103.652,00	103.652,00	103.652,00
Salón	4.750,00	4.750,00	4.750,00	4.750,00	4.750,00
Tienda	1.647,57	2.801,10	2.801,10	2.801,10	2.801,10
Ventas totales	777.286,55	778.440,08	778.440,08	778.440,08	778.440,08

*Fuente: Elaboración propia, 2010*

## **Costos**

Se desplegará a continuación todos los costos y gastos que generará el centro de relación y así se realizará un análisis para conocer la factibilidad económica del mismo

- Obra civil y Terreno

Los costos totales de las edificaciones en madera tienen un total de 403.086,50 dólares para conocer mejor los costos totales véase Anexo L  
Pág.231

Se ha determinado la depreciación correspondiente a cada uno de los activos, tomando en cuenta su valor y tiempo de vida útil. Véase Anexo M  
pág.232

- Equipos y Mobiliarios

Los equipos y mobiliarios del centro se instalarán cada uno en los respectivos lugares donde se utilizarán la suma total de 55.922,78 dólares que son necesarios para el buen funcionamiento del centro cabe recalcar que

dentro de este rubro corresponde también a otros equipos como los de oficina y otros activos

- **Suministros de Operación**

Cabe recalcar que cada uno de estos rubros en la parte financiera solo está tomado para el primer de funcionamiento lo que corresponde a este rubro en específico intervienen suministros en el área de masajes como son cremas, lociones y aceites demás del restaurante y suministros como frutas y alimentos. 13.233,15 dólares véase Anexo M pág. 233.

- **Gastos Preoperacionales**

Dentro de los gastos preoperacionales dan un total de 49.720 dólares en un año donde constan proyecto arquitectónico, estudio de impacto ambiental los gastos de constitución de la empresa tasas y permisos de funcionamiento, registro de turismo, licencia de funcionamiento, afiliación a la cámara de turismo, ministro de salud publica, bomberos, publicidad antes de la apertura, durante y después de la apertura.

- Gastos Administrativos

Los gastos administrativos del personal, corresponde a las sueldos de la mano de obra directa e indirecta del Centro de Relajación que el primer año tendrá un valor de 108766,56 dólares véase Anexo O pág. 234

En cuanto a gastos administrativos generales es de 17805.61 dólares

- Costos directos e indirectos

Son los desembolsos y deducciones causados por el proceso de fabricación o por la prestación del servicio como son:

Mano de obra, sueldos y salarios del personal de planta, materias primas, materiales de consumo o insumos, mercancías, fletes, arrendamiento del local de planta, servicios públicos, depreciación de maquinas y equipos, daños y reclamos entre otros.

**5.4 Plan de financiamiento** Para el financiamiento, se ha propuesto a los inversionistas realizar un préstamo a la corporación Financiera Nacional

(CFN) como entidad referente. En el cual, el préstamo estaría ubicado en el Credipyme (crédito para pequeña y mediana empresa) debido a que el centro de relajación se encuentra dentro del rango del mismo que va desde 25.000 hasta 7.000.000,00 dólares la misma que maneja una tasa de interés del 9,25 anual. El valor a financiar es del 30% de la inversión total y los accionistas pondrán el 70% del monto total.

**Tabla XXI.- Financiamiento del proyecto**

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		511087,24
Financiado	25%	127771,81
Aporte Propio	75%	383315,43
		511087,24

*Fuente: Elaboración propia, 2010*

Amortización del préstamo haciendo pagos semestrales en un total de 5 años

**Tabla XXII.- Amortización del proyecto**

PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDOS
0				127771,81
1	12777,18	9557,33	22334,51	114994,63
2	12777,18	8601,60	21378,78	102217,45
3	12777,18	7645,87	20423,05	89440,27
4	12777,18	6690,13	19467,31	76663,09
5	12777,18	5734,40	18511,58	63885,91
6	12777,18	4778,67	17555,85	51108,72
7	12777,18	3822,93	16600,11	38331,54
8	12777,18	2867,20	15644,38	25554,36
9	12777,18	1911,47	14688,65	12777,18
10	12777,18	955,73	13732,91	0,00

*Fuente: Elaboración propia, 2010*

### 5.5 Proyección de estado de resultados o pérdidas y ganancias

Se observara a continuación el resultado obtenido a partir del desarrollo de la actividad del centro de relajación los ingresos, gastos todos obtenidos durante un periodo además de los impuestos. Véase anexos P y Q Págs. 235 y 236

El valor correspondiente al servicio del primer año de utilidad neta en el centro de relajación es de 778.440,08 dólares este como escenario

conservador y 796.848,02 dólares se puede observar que la diferencia entre ambos escenarios y esto se debe a la diferencia en la proyección de ventas.

Se debe recalcar que tanto en el escenario optimista como conversados el centro se encuentra apto para la atención sin llegar a tener problemas en gastos ni costos y a la vez un buen servicio sin causar aglomeración de visitantes.

- Flujo de caja

Se llevo a cabo dos flujos de caja destacándose los dos escenarios ya antes mencionados el flujo de caja constituye todos los manejos desde los inicios del centro estos están calculados los primeros 5 años igual que todos los ejercicios presentados para el centro.

El flujo de caja refleja los ingresos por ventas. De estos ingresos se restan los costos de producción del centro y los gastos del mismo, la depreciación, la amortización y los impuestos, todo esto con el objetivo de demostrar la rentabilidad del capital invertido por los accionistas.

## 5.6 Análisis de costo del proyecto

- Indicadores Financieros

Como indicadores financieros del proyecto se han determinado los siguientes Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR)

**Tabla XXIII.- Indicadores financieros del escenario optimista**

Indicadores financieros		
Suma de flujos descontados		2.978.812,40
Van	Positivo	2.475.952,21
Índice de rentabilidad I.R.	Mayor a 1	1,20
Rendimiento real	Mayor a 12	20,31
Tasa interna de retorno		117%

*Fuente: Elaboración propia, 2010*

**Tabla XXIV.- Indicadores financieros del escenario conservador**

INDICADORES FINANCIEROS		
Suma de flujos descontados		1486456,81
Van	POSITIVO	983596,62
Índice de rentabilidad I.R.	MAYOR A 1	1,51
Rendimiento real	MAYOR A 12	51,12
Tasa interna de retorno		52%

*Fuente: Elaboración propia, 2010*

- Período de recuperación

La tasa de retorno es un indicador y como su nombre lo dice nos expresa por medio de la siguiente fórmula el tiempo en que se recuperará la inversión.

N: Año en el que el flujo acumulado cambia de signo

(FA) N<sub>-1</sub>: Flujo efectivo acumulado en el año previo a N

F<sub>N</sub>: Flujo neto efectivo en el año N

$$\text{PRC: } N-1 + \left\{ \frac{(\text{FA}) N_{-1}}{F_N} \right\}$$

Habiendo aplicado la fórmula antes presentada, se obtuvo como resultado que la inversión se recuperará, en el escenario conservador a las 4 años 3 meses y en el escenario optimista al año y medio.

## CONCLUSIONES

Se considera importante la creación de este Centro de relajación y meditación El Triunfo, ya que contribuirá al escaso desarrollo turístico que cuenta el cantón, a pesar de que atesora impresionantes lugares paisajísticos y una estratégica ubicación, éste centro ayudará al desarrollo no solamente turístico sino también económico y cultural.

De esta manera se puede concluir que la construcción del Centro de relajación ayudaría a demostrar lo siguiente:

1. Este proyecto será la primera piedra para que el cantón El Triunfo comience a pensar en nuevas fuentes de trabajo y comience una nueva era para la economía y estilo de vida de los habitantes.
2. Tanto la comunidad como la M.I. Municipalidad expresan total acuerdo y apoyo a este centro de relación y meditación esto hace que sea factible la construcción del mismo.
3. Avivar el turismo en el cantón El Triunfo, fomentará un cuidado por parte de la M.I. Municipal y del gobierno a las áreas naturales, creando reglamentos y planes estratégicos para la mitigación de los impactos

negativos y de actividades sustentables, tratando de combatir con la actividad ganadera que ha destruido el ambiente en El Triunfo y sus alrededores.

4. Un exitoso proyecto en el Triunfo causará nuevas inversiones tanto nacionales como extranjeras, convirtiendo a éste cantón en un lugar turístico, e impulsará a los moradores a invertir en pequeños negocios turísticos generando préstamos bancarios para mini empresas y por ende originará divisas para el cantón.

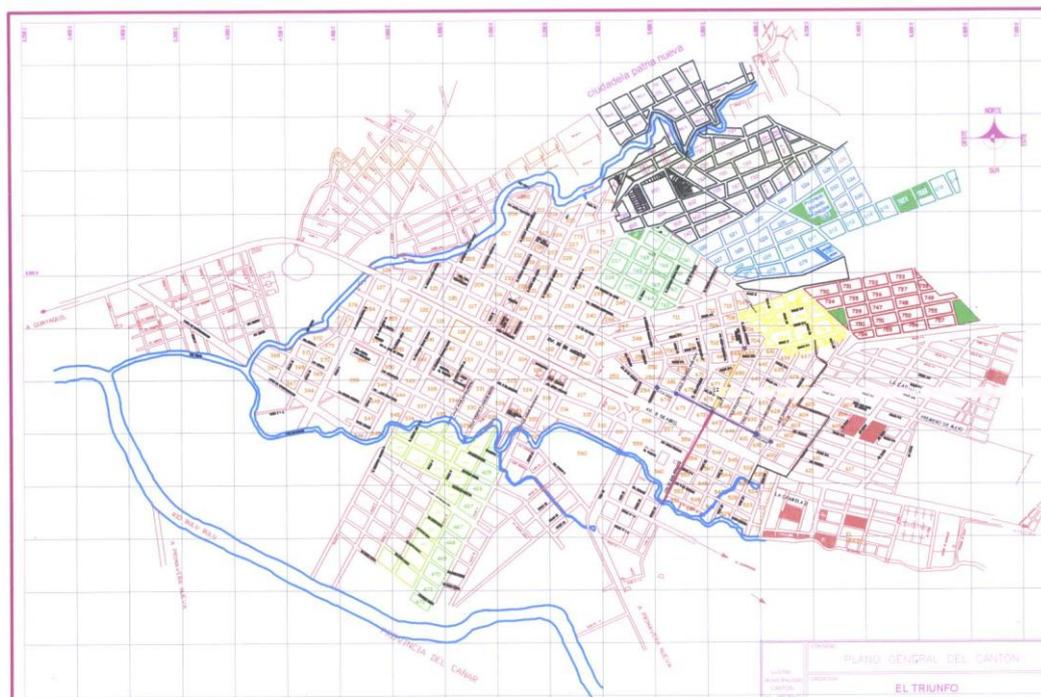
## Recomendaciones

Se considera importante para el centro de relajación seguir los siguientes puntos que ayudarán a mejorar el servicio de centro de relajación y meditación:

1. Capacitación constante por medio de talleres a los empleados del centro de relajación y meditación, aportará conocimientos a los empleados de cómo atender con eficiencia y excelencia a los huéspedes.
2. Valoración del ecosistema, se fomentará en todo momento a los huéspedes la importancia de cuidar y mantener el ecosistema.
3. Nuevos proyectos sustentables, Se involucrará a instituciones gubernamentales y a la M.I. municipalidad, sobretodo en la elaboración de proyectos que ayuden al desarrollo turístico y por ende económico a través de la facilitación de micro créditos a los pobladores.
4. Actualización de servicios, se recomienda que el centro de relajación se mantenga en constante evolución con nuevos servicios orientales, tales como, acupuntura, Pilates, etc. claro esta, dependiendo de aumento de las ventas anuales.
5. Capacitación y planificación anual sobre el manejo y tratamiento de los desechos líquidos y sólidos.

6. Capacitación a los trabajadores sobre la importancia del brindar un excelente servicio a los turistas y a su vez comprometerlos en el desarrollo turístico del lugar con un trabajo mancomunado.

**ANEXOS**



**ANEXO A: PLANO GENERAL DEL CANTÓN EL TRIUNFO**  
*Fuente: M.I. municipalidad de El Triunfo. Departamento urbanístico, 2009*

Pilates / Yoga-Pilates / Power Pilates / Stretching / Camas  
Masajes / Tratamientos faciales / Tratamientos corporales



*Joseph Pilates*

"Una persona de 30 años  
en baja forma, es vieja.  
Una persona de 60 años  
en forma, es joven."

**Edificio Equilibrium**  
Plaza del Sol,  
frente a Mall del Sol,  
2do. piso, 206-207  
Telf.: 6003876  
099481255  
Guayaquil, Ecuador

pilates rooms  
Pilates  
Stretching  
Yoga



"Se sentirá mejor  
en 10 sesiones.  
Se verá mejor  
en 20 sesiones.  
Tendrá un cuerpo  
nuevo  
en 30 sesiones".  
*Joseph Pilates*

**Edificio Equilibrium**  
Plaza del Sol,  
frente a Mall del Sol,  
2do. piso, 206-207  
Telf.: 6003876  
099481255  
Guayaquil, Ecuador

pilates rooms  
pilates spa



**Pilates. Tu estilo de vida.**

**ANEXO B: FOLLETO DE CLASES DE PILATES EN EL EDIFICIO EQUILIBRIUM**  
*Fuente: Pilates room, Edificio Equilibrium*



**ANEXO C: POSICION DE YOGA**

**Fuente:** [www.yogallimite.com](http://www.yogallimite.com)



## MEDICO DE ACUPUNTURA CHINA

### Dra. Ana Wang Ping

ESPECIALISTA EN ECUPUNTURA CHINA  
Y MEDICINA NATURAL  
20 AÑOS DE EXPERIENCIA

**HORARIO DE ATENCIÓN**  
Lunes a Sábado  
8: a.m. - 21:00 p.m.  
Domingo  
9: a.m. - 15:00 p.m.

**TRATAMIENTO MEDICO PARA:**

- 1 Artritis osteoporosis senil
- 2 Asma, enfermedades alérgicas
- 3 Problemas sexuales, trastornos hormonales, menstruación irregular
- 4 Enfermedades digestivas, urologías, cálculos renales, estreñimientos y hemorroides
- 5 Estrés, insomnio, migraña.
- 6 Parálisis facial, hemiplejía, hipertensión, esclerosis coronaria, triglicéridos altos diabetes, obesidad, enfermedades de la piel.
- 7 Traumatología
- 8 Sinusitis, Rinitis y Artrosis

**TERAPIAS:** Compresas calientes con medicina natural china, Acupuntura con agujas descartables, Masajes relajantes anti estrés terapéuticos y medicina natural, ventosas, tracción, etc.

**AUMENTO Y REDUCCIÓN DE PESO:**

Se garantiza bajar 5 a 8 libras en una semana  
Por cada cinco sesiones de acupuntura recibe una gratis



1) Valor de medio cuerpo tratamiento con masajes	( 20 minutos ) .....	\$ 5,00
2) Valor de tratamiento de Acupuntura con agujas descartables	( 30 minutos ) .....	\$ 8,00
3) Valor de tratamiento de Acupuntura con agujas descartables	( 40 minutos ) .....	\$ 10,00
4) Valor de Acupuntura con agujas descartables y masajes	( 60 minutos ) .....	\$ 15,00

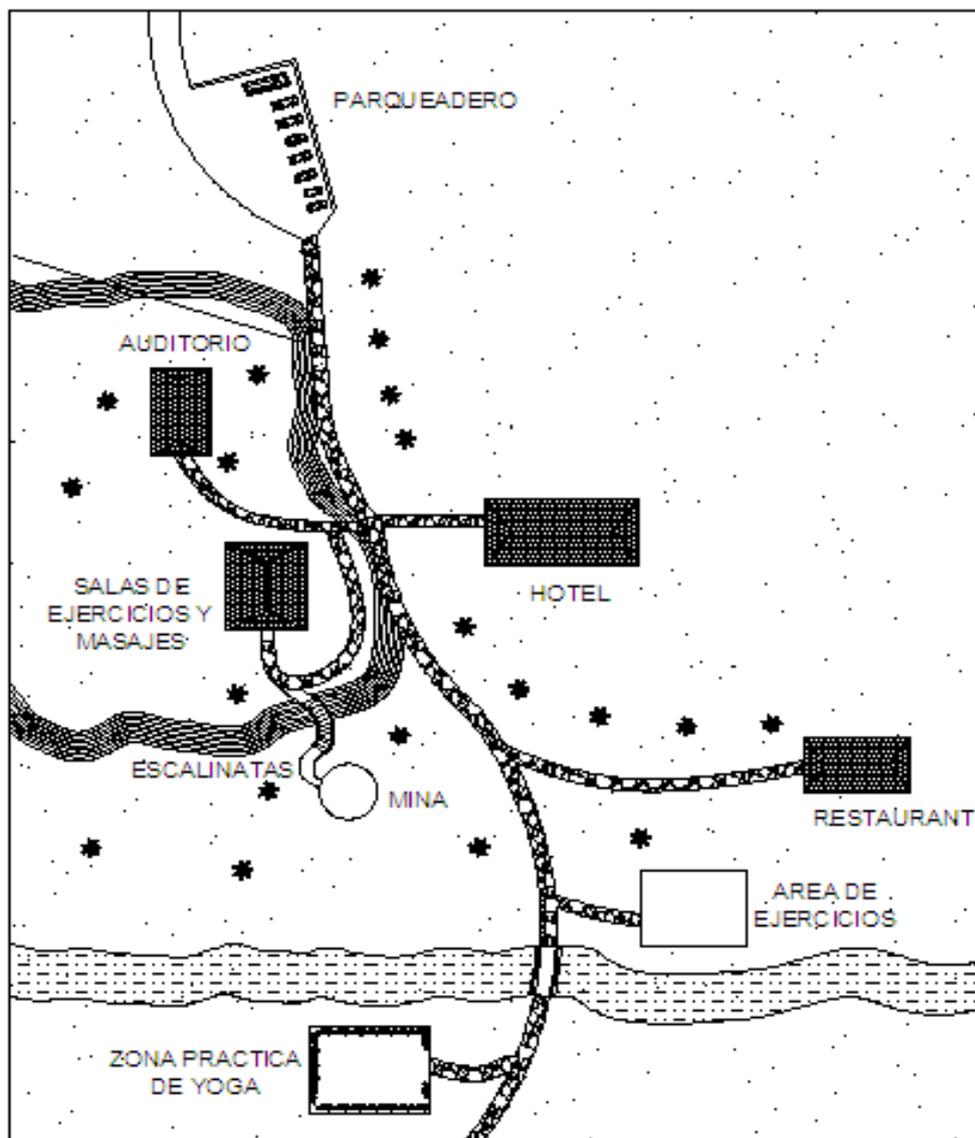
**DIRECCIONES:**

- 1.- Cdla. La Garzota  
Av. Guillermo Pareja Rolando  
Mz. 29 Villa 17 - Local No. 4  
frente al CANTONES  
Cels.: 099-101552  
085-768871  
Telf.: 04-2244439  
04-5 112388
- 2.- "CENTRO MEDICO ABEL GILBERT"  
PADRE AGUIRRE # 442  
Y GENERAL CORDOVA
- 3er. PISO Consultorio: 307-A  
FRENTE CLÍNICA GUAYAQUIL  
TELF.: 04-6013333  
CEL.: 099-101552
- 3.- Cdla. IETEL Urbanización  
VILLA SOL V. 31  
Telf.: 04-2244439  
[www.nzhh.com](http://www.nzhh.com)

**ESTE CENTRO SIRVE DE TODO CORAZÓN A USTED EN ATENDER A SU SALUD**

#### ANEXO D: CENTRO DE TRAMIENTO CHINO EN GUAYAQUIL

*Fuente: Dra. Ping Wang Ana, Centro medico de acupuntura*



**ANEXO E: DISEÑO GENERAL DEL CENTRO DE RELAJACION Y MEDITACION  
EL TRIUNFO**

**Fuente:** *Ing. Víctor Orozco*

**Créditos Económicos** # 174554 **COTIZACIÓN** Pag. 01/02  
 FACILITO como soñar

Fecha: 29/OCT/2009 Telfs.: 2826227 Cel.:  
 Nombre: CHAVEZ NAVARRETE CARLA C.I.: 0922662168

Dirección / Trabajo: RET

Modelo	Cantidad	Descripción	PVP
CDE35LMBX-8	1	COC.DRX 35"50.TP/CRIST.GRIL FO	\$ 736,44
JES768WK-1	1	MICROON.GNR 0.7'DIGITAL,BLANCO	\$ 0,00
SMCEJ02B	1	EXT.SMC DE JUGOS 2VELOC.BLANCO	\$ 0,00

PASAN... SUB-TOTAL \$ 736,44  
 DESCUENTO \$  
 TOTAL \$

**ilas cuotas más chiquititas y precio final más bajo!**

**COMPARA  
¡Saca la cuenta!  
Y DATE CUENTA**

	Competencia 1	Competencia 2	Créditos Económicos
Regalo:	TOTAL 1 \$	1 \$	1 \$
Observaciones:	(-) Cuota inicial 2 \$	2 \$	2 \$
Almacén:	(=) Saldo a financiar (1-2) 3 \$	3 \$	3 \$
Vendedor:	(+) Intereses Tasa % 4 \$	Tasa % 4 \$	Tasa % 4 \$
Vigencia de la oferta:	(=) Saldo a financiar incluido intereses 5 \$	5 \$	5 \$
	X \$	X \$	X \$
	CUOTAS CUOTAS DE 2+3+4 \$	CUOTAS CUOTAS DE 2+3+4 \$	CUOTITAS CUOTITAS DE 2+3+4 \$

**Precio Final a Crédito**

PRECIOS INCLUYEN IVA

\*VER CONDICIONES DE CREDITO AL REVERSO

**ANEXO F: COTIZACION DE UNA OLLA ARROCERA Y UN PICA TODO PARA EL RESTAURANTE**

**Fuente:** créditos económicos, 2009





Sistemas de limpieza

**Electropress**  
Aspiradoras desde 1901



**ELIMINEMOS EL ÁCARO DE NUESTROS HOGARES**

*El 80% de las alergias son producidas por el excremento del ácaro.*

*El ácaro es causante de enfermedades como asma, rinitis, eczemas en la piel, gripe, comezón, etc.*

**press ONE**

El mejor Sistema de Limpieza ahora en sus manos!!



PROTEGE EL MEDIO AMBIENTE

- Filtro de Agua
- Filtro Ciclónico
- Cepillo Turbo
- Mango Digital
- Atomizador
- y más...




FILTRO CICLÓNICO



ACCESORIOS

**ANEXO I: SISTEMA DE LIMPIEZA DE ACAROS EN LOS PISOS**

**Fuente:** *Electropress, 2009*

**COMERCIAL JUNIOR**

María del Carmen Pérez

Propietaria

CLIENTE: Karla Chávez Navarrete  
 DIRECCION: Guayacanes Mz. 180 Villa 6  
 TELEFONO: 826227

ARTÍCULO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Juego de sala L	1	980	\$980
Litera de 2plz.	1	450	\$400
Litera de 1 $\frac{1}{2}$ plz.	1	400	\$400
Comedor de 8 sillas caro	1	1.000	\$1.000
Comedor de 6 sillas caro	1	800	\$800
Comedor de 4 sillas caro	1	600	\$600
Cama de madera de 2plz.	1	480	\$480
Cama de madera de 1 $\frac{1}{2}$ plz.	1	380	\$380
Colchón Chaide Chaide 2plz.	1	250	\$250
Colchón Chaide Chaide 1 $\frac{1}{2}$ plz.	1	150	\$150

Nota. Valores no incluyen descuentos.

VENDEDORA: Grecia Moreno.  
30/10/2009

**ANEXO J: COTIZACION DE MUEBLES EN GENERAL PARA  
 TODO EL CENTRO**

***Fuente: comercial Junio, 2009***



www.lux.com.ec



Aspiradoras desde 1991

Milagro, 29 de Octubre del 2008

Señores

CENTRO DE RELAJACION Y YOGA

SRTA. KARLA CHAVEZ

Estimados Señores:

Nos dirigimos a ustedes para cotizar los siguientes productos:

R.U.C 1790217906001

**FACTURA PROFORMA# 29-10-09**

CANTIDAD	MODELO	DESCRIPCION	VALOR
1	B-99	<b>PULIDORA, ENCERADORA, ABRILLANTADORA Y LAVADORA DE PISOS Y ALFOMBRA - PROFESIONAL</b> Para toda clase de pisos con motor de acero inoxidable de 350Watts de potencia, ensamblada en Brasil bajo patente suecia, con capacidad de trabajo de hasta 400Mts2 interrumpidamente Incluye los siguientes accesorios: 2 cepillos duros para encerar 2 cepillos suave para abrillantar 2 rasquetes para decapar pisos 2 felpas para brillar pisos 2 broches(sujetadores) 1 Tanque para shampoo <b>SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES # 324</b> <b>PRECIOS INCLUYEN I.V.A.</b> <b>DESCUENTO ESPECIAL VALOR DE CONTADO</b> VALIDEZ DE LA OFERTA 7 DIAS	\$ 1.297,00
		<b>DECUENTO ESPECIAL VALOR DE CONTADO</b>	\$ 1.099,00

\* Garantía 24 meses  
\* Servicio de mantenimiento durante los 2 años de garantía  
\* Dotación de persona, para solución de problema en limpieza  
\* Servicio de mantenimiento y repuestos en las principales ciudades del país.  
Cualquier duda o comentario con respecto a esta cotización, le atenderemos gustosos en  
Nuestros telefonos 2 883-917, 2975-487

Atentamente,

*Luis Moncada*  
LUIS MONCADA  
EJECUTIVO DE VENTAS

**Servicio Técnico Especializado 1800 Servilux (737845)**

Quito: Rumipamba E2-112 y República Telefax: 2254-300 / 2257-009 / 2448-683 / 2449-930 Agencia América: América 800 y Portoviejo Tel: 2524-310 / 2542-109  
Servilux Quito: Av Brasil 3175 y Manuel Valdiviezo Tel: 3303-973 / 3303-974  
Santo Domingo: Urb. Perálta: Calle Perálta 102 y González Suárez Junto a la Serie de Taxis # 5 Tel: 2 759-268  
Ambato: Av. Cevallos 447 entre Castillo y Quito Tel: 03 2 421-252. Fatmgs 2 421-250  
Cuenca: Av. Florencia Astudillo y Av. del Estadio Tel: 07 2 815-892  
Guayaquil: Victor Emilio Estrada 916 e Illanes Tel. 04 2 883-917 Fax: 04 2 883-978 Servicio al Cliente: 04 2 884-878 / 04 2 884-384  
Milagro: Andrés Bello y Colón Diagonal a la Policía Tel: 04 2 975-487 099 193 651  
Manta: Via Circunvalación entre Flavio Reyes y Calle 29 Tel: 05 2 625-595/ 099441328

**ANEXO K: COTIZACIÓN DE UNA ASPIRADORA, ESPECIAL PARA PISOS DE MADERA**

**Fuente: Servipul. Importadora de aspiradoras, 2009**

**Tabla XXV.- DETALLE DE LA INVERSION INICIAL  
OBRA CIVIL Y TERRENO**

DESCRIPCIONES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Terreno	ha	4,49	1.100,00	4.939,00
Senderos	KM	1.500,00	9,50	14.250,00
Hotel	M2	342,00	485,00	165.870,00
Sala de Auditorio	M2	160,00	445,00	71.200,00
Sala área de masajes	M2	62,40	485,00	30.264,00
Sala área de ejercicios	M2	61,60	430,00	26.488,00
Restaurant	M2	172,00	455,00	78.260,00
Escalinata	ML	3,00	250,00	750,00
Puente	GLOBAL	---	---	4.500,00
Parqueo de vehículos	M2	629,00	1,50	943,50
Instalaciones de Agua Potable	GLOBAL	---	---	1.300,00
Instalaciones de Aguas Servidas	GLOBAL	---	---	1.600,00
Zona de practica de yoga	M2	420,00	1,50	630,00
Zona de practica de ejercicios	M2	328,00	1,50	492,00
Jardines	GLOBAL	---	---	1.600,00
<b>TOTAL</b>				<b>403.086,50</b>

**ANEXO L: DETALLE DE LA OBRA CIVIL Y TERRENO**

*Fuente: Ing. Víctor Orozco*

**Tabla XXVI.- DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS DEL CENTRO DE RELAJACION**

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS ANUAL			
Descripción	Valor del Activo	Porcentaje de Depreciación	Depreciación Anual
Equipo y Maquinaria	34.862,48	10%	3.486,25
Muebles y Enseres	18.272,42	10%	1.827,24
Equipo de Oficina	1.069,00	10%	106,90
Equipo de Computación	1.718,90	33,33%	572,91
Edificio	373.025,50	20%	74.605,10
<b>TOTAL</b>	<b>55.922,80</b>		<b>80.598,40</b>

**ANEXO M: DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS DEL CENTRO DE RELAJACION**

*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla XXVII.- SUMINISTROS DE OPERACIÓN DEL CENTRO DE RELAJACIÓN**

DETALLE			MENSUAL	1ER AÑO	2DO AÑO	3ER AÑO	4TO AÑO	5TO AÑO
Crema energizing mud wrap with Aromatic oil	10kg	1	70,00	840,00	865,20	891,16	917,89	945,43
Crema relaxing mud wrap with aromatic oils	10kg	1	70,00	840,00	865,20	891,16	917,89	945,43
Crema exfoliante facial mask	10kg	1	190,00	2.280,00	2.348,40	2.418,85	2.491,42	2.566,16
Crema exfoliante con minerales	10kg	1	175,00	2.100,00	2.163,00	2.227,89	2.294,73	2.363,57
Loción hidratante de algas facial	4lts	5	125,00	1.500,00	1.545,00	1.591,35	1.639,09	1.688,26
Loción hidratante de algas corporal	4lts	5	100,00	1.200,00	1.236,00	1.273,08	1.311,27	1.350,61
Aceite masajes jazmín	4lts	5	225,00	2.700,00	2.781,00	2.864,43	2.950,36	3.038,87
Aceite masajes vainilla	4lts	5	250,00	3.000,00	3.090,00	3.182,70	3.278,18	3.376,53
Aceite de masajes de rosas	4lts	5	250,00	3.000,00	3.090,00	3.182,70	3.278,18	3.376,53
Aceite de relax varios olores	4lts	5	225,00	2.700,00	2.781,00	2.864,43	2.950,36	3.038,87
Guante de examinador	4lts	250	55,00	660,00	679,80	700,19	721,20	742,84
Gel de aloe vera 92% de pureza	4lts	10	94,50	1.134,00	1.168,02	1.203,06	1.239,15	1.276,33
Gel frio relax aloe vera	4lts	10	120,00	1.440,00	1.483,20	1.527,70	1.573,53	1.620,73
Riñonera para dos frascos		5	39,50	474,00	488,22	502,87	517,95	533,49
<b>Total</b>		<b>309</b>	<b>1.989,00</b>	<b>23.868,00</b>	<b>24.584,04</b>	<b>25.321,56</b>	<b>26.081,21</b>	<b>26.863,64</b>

**ANEXO N: SUMINISTROS DE OPERACION DEL CENTRO DE RELAJACION**

*Fuente: Elaboración propia*



**Tabla XXIX.- ESTADO DE RESULTADO DEL CENTRO DE RELAJACIÓN Y MEDITACION ESCENARIO OPTIMISTA**

<b>ESTADO DE RESULTADO</b>						
<b>RUBROS</b>	<b>AÑO 2010</b>	<b>AÑO 2011</b>	<b>AÑO 2012</b>	<b>AÑO 2013</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>TOTAL</b>
Ventas netas	660.262,79	691.952,18	725.226,04	760.163,59	796.848,02	3.634.452,62
Costo Directo	146.109,64	115.837,86	119.214,43	122.692,29	126.274,49	630.128,72
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>514.153,15</b>	<b>576.114,32</b>	<b>606.011,61</b>	<b>637.471,30</b>	<b>670.573,53</b>	<b>3.004.323,90</b>
Costos indirectos	187.546,77	184.079,62	187.144,06	190.387,19	193.633,41	942.791,05
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>326.606,38</b>	<b>392.034,70</b>	<b>418.867,55</b>	<b>447.084,11</b>	<b>476.940,11</b>	<b>1.137.508,63</b>
Gastos financieros (INTERESES)	11.047,21	8.721,48	6.395,75	4.070,02	1.744,30	31.978,77
<b>UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN E IMPUESTO</b>	<b>315.559,17</b>	<b>383.313,22</b>	<b>412.471,80</b>	<b>443.014,08</b>	<b>475.195,81</b>	<b>2.029.554,08</b>
Participación empleados	47.333,88	57.496,98	61.870,77	66.452,11	71.279,37	
<b>UTILIDAD ANTES IMPUESTO</b>	<b>268.225,30</b>	<b>325.816,23</b>	<b>350.601,03</b>	<b>376.561,97</b>	<b>403.916,44</b>	
Impuesto a la renta	67.056,32	81.454,06	87.650,26	94.140,49	100.979,11	431.280,24
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>201.168,97</b>	<b>244.362,18</b>	<b>262.950,77</b>	<b>282.421,48</b>	<b>302.937,33</b>	<b>708.481,92</b>

**ANEXO P: PROYECCION DE ESTADO DE RESULTADOS O PERDIDAS Y GANANCIAS**

*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla XXX.- ESTADO DE RESULTADO DEL CENTRO DE RELAJACIÓN Y MEDITACION ESCENARIO CONSERVADOR**

<b>ESTADO DE RESULTADO</b>						
<b>RUBROS</b>	<b>AÑO 2010</b>	<b>AÑO 2011</b>	<b>AÑO 2012</b>	<b>AÑO 2013</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>TOTAL</b>
Ventas netas	777.286,55	777.286,55	777.286,55	777.286,55	777.286,55	3.886.432,73
Costo Directo	146.109,64	115.837,86	119.214,43	122.692,29	126.274,49	630.128,72
UTILIDAD BRUTA	631.176,91	661.448,68	658.072,12	654.594,25	651.012,05	3.256.304,01
Costos indirectos	187.546,77	184.079,62	187.144,06	190.387,19	193.633,41	942.791,05
UTILIDAD OPERATIVA	443.630,14	477.369,06	470.928,06	464.207,06	457.378,64	1.391.927,26
Gastos financieros	11.047,21	8.721,48	6.395,75	4.070,02	1.744,30	31.978,77
UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN E IMPUESTO	432.582,93	468.647,58	464.532,31	460.137,04	455.634,34	2.281.534,19
Participación empleados	64.887,44	70.297,14	69.679,85	69.020,56	68.345,15	
UTILIDAD ANTES IMPUESTO	367.695,49	398.350,44	394.852,46	391.116,48	387.289,19	
Impuesto a la renta	91.923,87	99.587,61	98.713,11	97.779,12	96.822,30	484.826,02
UTILIDAD NETA	275.771,62	298.762,83	296.139,34	293.337,36	290.466,89	870.673,79

**ANEXO Q: ESTADO DE RESULTADOS O PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

*Fuente: Elaboración propia*

## BIBLIOGRAFÍA

1. OMT. Tourisme Mondial, concepto de turismo ecológico ,1992
2. OMT. Tourisme Mondial, concepto de turismo sostenible ,1974
3. OMT. Tourisme Mondial, concepto de turismo ,1967
4. M.I. municipalidad El Triunfo. Archivo histórico,1998
5. M.I. municipalidad El Triunfo. Departamento urbanistico,1998
6. Unidad municipal de agua potable y alcantarillado del cantón El Triunfo UMAPAT, 2006
7. Bullón, Roberto. Planificación del Espacio Turístico. México: Editorial Trillas, 2004
8. Valencia Jorge. Diccionario básico de turismo, 1995

9. Bullón, Roberto. Planificación del Espacio Turístico. México: Editorial Trillas, 2004
10. Bullón, Roberto. Planificación del Espacio Turístico. México: Editorial Trillas, 2004
11. Bullón, Roberto. Planificación del Espacio Turístico. México: Editorial Trillas, 2004
12. Kinnear y Taylor, (1988) American Marketing association, Marketing México: editorial mexicana
13. Cárdenas Tabares Fabio. Mercado técnica y productividad turística, México ,1991
14. Rodríguez Peter. Materia de marketing Turístico, 2005
15. Rodríguez Peter. Materia de marketing Turístico, 2004
16. Rodríguez Peter. Materia de marketing Turístico, 2005
17. <http://www.zoomzap.com/>

18. Dra. Minuchin Patricia, (2002) Manual de Nutrición Aplicada al Deporte

México

19. [http://www.yogalimite\\_filce.com/](http://www.yogalimite_filce.com/)

20. Ing. Vanessa León, clases de organización y Método, 2008