

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y ECONÓMICAS**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS Y NEGOCIOS**

TEMA

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL
SERVICIO DE SPA EN LA HOSTERÍA KUMBHA MELA
UBICADO EN LA PARROQUIA DE MINDO EN EL CANTÓN DE
SAN MIGUEL DE LOS BANCOS PARA EL 2016**

Tesis de investigación para la obtención del título de Ingeniero en
Administración de Empresas y Negocios

AUTOR:

Jonathan Eduardo Gaona Mero

DIRECTOR

Ing. Diego Mantilla

QUITO – ECUADOR

2018

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Jonathan Eduardo Gaona Mero declaro ser autor del Trabajo de Investigación titulado “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO DE SPA EN LA HOSTERÍA KUMBHA MELA UBICADO EN LA PARROQUIA DE MINDO EN EL CANTÓN DE SAN MIGUEL DE LOS BANCOS PARA EL 2016.”, como requisito para optar al grado de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los quince días del mes de Agosto del 2018 firmo conforme:

Autor: Jonathan Eduardo Gaona Mero

Firma:

Número de Cédula: 1723645055

Dirección: Pomasqui-Paseo del Sol y Manuel Córdova Galarza.

Correo Electrónico: merohprjtn@hotmail.com

Teléfono: 0996108016

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declara que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Jonathan Eduardo Gaona Mero

CC. 1723423495

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Proyecto de aprobación de acuerdo con el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Tecnológica Indoamérica.

Quito,..... del 2018

Para constancia firman:

F.....

PRESIDENTE

F.....

VOCAL

F.....

VOCAL

AGRADECIMIENTO

En primera instancia agradezco a los docentes Verónica Pazmiño, Mercedes Galarraga y Alcibar Pila, por los que estuvieron involucrados en el proceso de este proyecto y del cual se brindó todo el apoyo para que el mismo terminara.

De manera especial agradezco a mi madre, Jenny Mero por haber luchado cada día para que culmine mis estudios y poder encontrarme en estas instancias.

Asimismo agradezco a mis amigos, compañeros de vida quienes también colaboraron de manera significativa en este proceso como lo es Leandra Alvarez mi fiel compañera.

Gracias.

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a mi madre por ser eje principal en mi crecimiento profesional, por su esfuerzo de darme la educación al ser este el mejor regalo de vida que puedo heredar, por ser mi principal fuente de energía cada día y ser mi apoyo incondicional, esto va por ti madre querida.

A su vez dedico a mi querido Abuelo que me observa desde el cielo.

El Autor.

ÍNDICE

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	i
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
CAPÍTULO I.....	1
ÁREA DE MARKETING	1
1.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	1
1.1.1 <i>Especificación del Servicio o Producto.</i>	1
1.1.2 Aspecto innovador (diferenciadores) que proporciona.	5
1.2 Definición del mercado.....	6
1.2.1 <i>Qué mercado se va a tocar en general.</i>	6
1.2.1.1 Categorización de sujetos	6
1.2.1.3 Plan de muestreo	8
1.2.1.4 Diseño y recolección de información.	10
1.2.1.5. Análisis e Interpretación.....	10
1.2.2 Demanda Potencial.....	10
1.3 Análisis del macro y micro ambiente	11
1.3.1 <i>Análisis del micro ambiente</i>	11
Análisis del macro ambiente.....	14
1.3.4 Proyección de la oferta.	19
1.4 Demanda Potencial Insatisfecha	20
1.5 Promoción y publicidad que se realizará (Canales de comunicación).....	20
1.6 Sistema de distribución a utilizar (Canales de distribución).....	21
1.7 Seguimiento de clientes.....	22
1.8 Especificar mercados alternativos	22
CAPITULO II.....	36
ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES).....	36

2.1 Descripción del proceso	36
2.1.1 Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.	36
2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.	45
2.1.3 Tecnología a aplicar.	46
2.2 Factores que afectan el plan de operaciones.....	46
2.2.1 Ritmo de producción.	46
2.2.2 Nivel de inventario promedio.	46
2.2.3 Número de trabajadores.....	46
2.3 Capacidad de producción	46
2.3.1 Capacidad de Producción Futura.	46
2.4 Definición de recursos necesarios para la producción	47
2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.	47
2.5 Calidad	48
2.5.1 Método de Control de Calidad.	48
2.6 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTA SU INSTALACIÓN.	48
2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional	48
CAPITULO III	51
ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	51
3.1 Análisis estratégico y definición de objetivos	51
3.1.1 Misión.....	51
3.2.2 Visión	51
3.1.3 Análisis FODA.....	51
3.1.3.1 Matriz DAFO	52
3.2 Organización funciona de la empresa	53
3.2.1 Organigrama Estructural de la empresa.	53
3.2.3 Descripción de cargos de la empresa.	54
3.3 CONTROL DE GESTIÓN.....	65
3.4 REQUERIMIENTOS DE PERSONAL.....	65
CAPITULO IV	66
ÁREA JURÍDICO LEGAL	66
4.1. Determinación de la forma jurídica	66

4.2 Patentes y Marcas	66
4.3 Detalle todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.)	67
CAPITULO V	70
ÁREA FINANCIERA	70
5.1 PLAN DE INVERSIONES	70
5.2 PLAN DE FINANCIAMIENTO	71
5.4 Indicadores Financieros	82
CAPITULO VI	87
Conclusiones y recomendaciones	87
Conclusiones	87
Recomendaciones	88
Bibliografía	89
ANEXOS	91

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Categorización de sujetos.....	6
Tabla 2 Dimensión conductual.....	7
Tabla 3 Dimensión Geográfica	7
Tabla 4 Dimensión Demográfica	8
Tabla 5 Necesidades Objetivo específico 1	9
Tabla 6 Objetivo específico 2	9
Tabla 8 Proyección de la Demanda	10
Tabla 9 Matriz EFI	14
Tabla 10 Matriz EFE	18
Tabla 11 Matriz de Perfil Competitivo	18
Tabla 12 Plan de contingencia	19
Tabla 13 Proyección de la oferta.....	19
Tabla 14 Le gustaría visitar Mindo	23
Tabla 15 ¿Usted se ha requerido hospedarse en Mindo?.....	24
Tabla 16 Medios para obtener información	25
Tabla 17 Porque Razones Usted visita Mindo	26
Tabla 18 ¿Generalmente con quien viaja?	27
Tabla 19 Conocimiento de establecimientos de alojamiento en Mindo	28
Tabla 20 Hosterías que conoce en Mindo.....	29
Tabla 21 Servicios a tomar en cuenta para hospedarse	30
Tabla 22 Conoce usted los beneficios que brinda el servicio Spa	31
Tabla 23 Resultados que brinda el servicio Spa.....	32
Tabla 24 Conocimiento de hosterías que ofrecen servicio Spa en Mindo.....	33
Tabla 25 Disponibilidad para hospedarse en Khumba Mela si ofrece el servicio Spa	34
Tabla 26 Cuanto pagaría por recibir el servicio Spa	35
Tabla 27 Proceso de prestación del servicio	38
Tabla 28 Flujo servicio masajes anti estrés.....	41
Tabla 29 Flujo servicio piedras calientes.....	42

Tabla 30 Flujo del servicio reflexología	43
Tabla 31 Flujo servicio Ictioterapia.....	44
Tabla 32 Capacidad de producción	47
Tabla 33 Materias primas y materiales	47
Tabla 35 Matriz DAFO.....	52
Tabla 36 Descripción cargos Administración General.....	55
Tabla 37 Descripción de cargos Financiero.....	56
Tabla 38 Descripción de cargos Recepción.	57
Tabla 39 Descripción de cargos Mercadólogo.....	58
Tabla 40 Descripción de puestos Chef.	59
Tabla 41 Descripción de puestos Asistente de chef	60
Tabla 42 Descripción de cargos Mesero.....	61
Tabla 43 Descripción de puestos Cosmetóloga	62
Tabla 44 Descripción de puestos Asistente Cosmiatra.....	63
Tabla 46 Indicadores de gestión.....	65
Tabla 47 Requerimiento de personal.....	65
Tabla 48 Plan de inversiones	70
Tabla 49 Financiamiento	71
Tabla 50 Cálculo de costos y gastos.....	72
Tabla 51 Proyección de Costos	73
Tabla 52 Detalle de gastos	74
Tabla 53 Gastos de Ventas.....	74
Tabla 54 Proyección de Gastos	75
Tabla 55 Mano de Obra	76
Tabla 56 Depreciación.....	76
Tabla 57 Depreciación de artículos mencionados	77
Tabla 58 Ingresos	77
Tabla 59 Precio de Producción mensual.....	78
Tabla 60 Precio de venta al publico	78
Tabla 61 Proyección de ingresos.....	79
Tabla 62 Flujo de caja.....	80
Tabla 64 Calculo de la Tmar.....	82

Tabla 65 Calculo del VAN	83
Tabla 66 Relación Costo beneficio.....	84
Tabla 67 Periodo recuperación de la inversión	85
Tabla 68 Razón de Liquidez	85
Tabla 69 Razón de rentabilidad.....	86

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 2 Canales de comunicación	20
Grafico 3 Canales de distribución	21
Grafico 4 Le gustaría visitar Mindo	23
Grafico 5 ¿Usted ha requerido hospedarse en Mindo?.....	24
Grafico 6 Medios para obtener información	25
Grafico 7 Razones por las que visita Mindo	26
Grafico 8 Generalmente con quien viaja	27
Grafico 9 Conoce establecimientos con servicios de alojamiento en Mindo	28
Grafico 10 Hosterías que conoce en Mindo	29
Grafico 11 ¿Servicios que se fijaría antes de hospedarse?	30
Grafico 12 ¿Conoce usted los beneficios que brinda un Spa?	31
Grafico 13 Resultados que brinda el Spa.....	32
Grafico 14 ¿Conoce usted alguna hostería que ofrezca servicio spa en Mindo?	33
Grafico 15 Disponibilidad para hospedarse en la hostería si cuenta con servicio Spa	34
Grafico 16 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio spa?	35
Grafico 17 Mapa de procesos.....	37
Grafico 18 Organigrama Estructural	53
Grafico 19 Organigrama Funcional.....	54
Grafico 20 Punto de Equilibrio	82

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Masaje con piedras calientes.	3
Imagen 2 Masaje de relajación	3
Imagen 3 Masaje con Reflexología.....	4
Imagen 4 Ictioterapia.....	4
Imagen 5 Logo Khumba Mela Spa	5

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

SUMARIO INVESTIGATIVO

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE SERVICIO DE SPA EN LA HOSTERÍA KUMBHA MELA UBICADO EN LA PARROQUIA DE MINDO EN EL CANTÓN DE SAN MIGUEL DE LOS BANCOS PARA EL 2016.

AUTOR: Jonathan Eduardo Gaona Mero

TUTOR: Ing. Diego Mantilla

El presente proyecto de investigación contempla el plan de negocios para la implementación de servicio de spa en la Hostería Kumbha Mela. Esta idea de plan de negocios nació viendo las necesidades que los seres humanos han desarrollado debido a su el ritmo de vida, la rutina, las obligaciones laborales, los altos niveles de estrés, el trabajo bajo presión y todas las exigencias que hoy por hoy existen en la sociedad lo cual han deteriorado de manera considerable la salud física y mental de las personas ocasionando una baja en su estado de ánimo, productividad en sus laborales e incluso aficciones graves e irreparables en su salud por ello el presente plan de negocios detalla de manera minuciosa los tipos de masajes y terapias que se procederá a realizar a nuestros clientes, para lo cual contaremos con el personal capacitado y tecnología de punta para así satisfacer las más altas exigencias de los clientes. Dentro del capítulo de organización observamos la estructura de la empresa, sus lineamientos, políticas y normas a seguir. Mientras que en el capítulo legal encontraremos los requerimientos y bases legales para la obtención de los permisos correspondientes de funcionamiento con el fin de garantizar la seguridad de nuestros clientes. Para finalizar este documento se presenta en el capítulo final los valores monetarios para determinar la factibilidad, rentabilidad y viabilidad del proyecto mediante herramientas financieras que nos aportaran con los resultados necesarios para poder decidir ante ellos y ejecutar dicho proyecto. Es por ello que el presente Plan de Negocios, presenta una solución viable que permita a las personas adentrarse en la tranquilidad de la naturaleza y disfrutar de un servicio de spa completo en “Hosteria Kumbha Mela” ubicada en la parroquia de Mindo, el mismo que ofrecerá servicio que ayude a la salud integral de las personas.

DESCRIPTORES: Spa, Relajación, Naturaleza, Hosteria, Turista

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

ABSTRACT

TOPIC: BUSINESS PLAN FOR THE IMPLEMENTATION OF SPA SERVICE IN KUMBHA MELA HOSTERY LOCATED IN MINDO IN SAN MIGUEL DE LOS BANCOS CANTON FOR 2016.

AUTOR: Jonathan Eduardo Gaona Mero

TUTOR: Ing. Diego Mantilla

The present research project contemplates the business plan for the implementation of the spa service at the Kumbha Mela Inn. This idea of business plan related to need the human beings have developed due to their rhythm of life, routine, work obligations, high levels of stress, work under pressure and all the demands that today exist in society which have considerably deteriorated the physical and mental health of people, causing a decline in their mood, productivity in their jobs and even serious and irreparable hobbies in their health, for this reason the present business plan details the meticulous way the types of massages and therapies made for clients, for which we have the trained personnel and the latest technology to satisfy the highest demands of the clients. Within the organization chapter we observe the structure of the company, its guidelines, policies and rules to follow. While in the legal chapter we will find the requirements and the legal basis for obtain operating licenses with the guarantee of our clients. To finalize this document, monetary values are presented in the final chapter to determine the feasibility, and profitability of the project through financial tools that provide necessary benefits to be able to decide on them and execute said project. Business Plan, presents a viable solution that allows people to get in to peace of nature and enjoy a full spa service at "Hostería Kumbha Mela", wich will offer a service to people.

KEY WORDS: Spa, Relaxation, Nature, Hostel, Tourist.

PLAN DE NEGOCIOS

CAPÍTULO I

ÁREA DE MARKETING

1.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

1.1.1 Especificación del Servicio o Producto.

La Kumbha Mela & Spa se preocupará directamente de la salud de sus clientes es decir brindará servicios de primera para que estos se sientan en total relajación y pueda desconectarse del mundo para vivir una experiencia inigualable.

El servicio que se implementara en la Hosteria Kumbha Mela, constara de un spa el cual tendrá como objetivo relajar y desprender el estrés de nuestros clientes en un entorno natural.

Ubicación:

La Kumbha Mela & Spa está situada en la Parroquia de Mindo situada a 80 km de la Ciudad de Quito, este lugar esta estratégicamente escogido por la reserva natural que el lugar dispone acorde a especies de animales y plantas endémicas. Se aprecia un bosque primario donde nuestros clientes podrán sentirse a gusto acorde al turismo ambiental que se está planteando.

Tamaño:

Son 8 Hectáreas donde los clientes pueden recorrer senderos ecológicos, donde se incentiva al turismo ecológico de la zona teniendo en cuenta que estos son motivo para que los turistas tanto Nacionales como extranjeros sientan una

atracción total a la naturaleza y pueda disfrutar de ella, se puede observar una diversidad amplia de plantas y animales endémicos de la zona.

Instalaciones:

Se cuenta con 5 cabañas cada una equipada con una cama matrimonial y dos literas con su respectivo baño. Las cabañas son construídas de madera donde se puede apreciar el sentido rústico que ofrece cada cabaña

Se dispone de una cabaña principal donde se tiene la recepción, y un salón de comida para los clientes con capacidad para 50 personas.

En el patio principal se cuenta con área recreativa para todas las edades, donde las familias podrán disfrutar de una piscina temperada y posterior con un lago donde las personas pueden meditar en conexión total con la naturaleza y disfrutar del paisaje.

Se tiene un parqueadero seguro con cámaras para resguardar la seguridad de los vehículos estacionados de los clientes, la capacidad de los parqueadero actualmente está en 10 vehículos

Para una recreación natural de los clientes se cuenta con senderos seguros donde turistas nacionales como extranjeros podrán apreciar la belleza que brinda la naturaleza del entorno.

Funcionalidad

La funcionalidad del Spa en la Hostería Kumbha Mela se prestará los siguientes servicios:

Masajes:

Masaje con piedras calientes: “Las piedras se utilizarán para poder dar un masaje de cuerpo completo que libre la tensión muscular”. (Gallego, 1991)

Masajes compuestos a base de piedras a temperatura controlada para ayudar a la relajación muscular en áreas centricas donde el estrés se acumula.



Imagen 1 Masaje con piedras calientes.

Fuente: (Wiki Salud Online, 2017)

Elaborado por: El Autor

Masaje de relajación: “Masajes en manos de expertos que ayudarán a liberarse de todo el estrés acumulado en su diario vivir, masajes en zonas como el cuello, espalda y hombros, donde la gran mayoría del estrés se acumula”. (Hoover, 1999)

El masaje de relajación viene a estar compuesto con tecnicas de masajes y aceites naturales que ayuda a relajar el musculo donde las personas sienten cambios inmediatos al sentirce relajados.



Imagen 2 Masaje de relajación

Fuente: (La Bioguia, 2015)

Elaborado por: El Autor

Masaje con reflexología: “A través de manos profesionales como la de una cosmetóloga se pretende sanar y librar el estrés del paciente con puntos de presión específicos en el pie”. (Wang, 2008)

Técnica la cual permite identificar las dolencias del paciente en puntos coordinados de la planta del pie.



Imagen 3 Masaje con Reflexología
Fuente: (Gourmet, 2016)
Elaborado por: El Autor

Terapias:

Ictioterapia: “Terapia surgida desde la misma naturaleza con la ayuda de los peces esta pretende ayudar al paciente en mejorar su estética en los pies, teniendo como resultado un pie hidratado, libre de callos, grites, libre de impurezas y durezas”. (Sánchez, 212)

Terapia la cual ayuda a la limpieza profunda de los pies, mediante la inmersión de los mismos ya sea en una pecera o laguna, teniendo consigo un pie limpio a través de la mordedura de los peces.



Imagen 4 Ictioterapia
Fuente: (Vix, 2015)
Elaborado por: El Autor

Marca

Para la representación de la Hostería se propone el siguiente logotipo:



Imagen 5 Logo Khumba Mela Spa
Elaborado por: El Autor

Garantía

Se garantiza a los clientes que a través de métodos, terapias en contacto con la naturaleza ayudará a que se reduzca la tensión física y/o mental que sufren nuestros clientes con el diario vivir de sus días.

La Hostería Kumbha Mela & Spa emana alegría, calma y bienestar a todos nuestros clientes.

1.1.2 Aspecto innovador (diferenciadores) que proporciona.

Calidad del servicio

En la Actualidad encontramos que en el sector Hotelero ofrece únicamente Hospedaje, servicios de restaurante y diversión, es por ello que Hostería Kumbha Mela, tiene la oportunidad de brindar un servicio donde sus clientes podrán disfrutar y tener la experiencia de reducir el estrés relajación total con un spa que cuente con personal profesional y capacitado que garantice a sus clientes una experiencia única y distinta en el sector.

Actualmente en el sector de Mindo podemos constatar que no hay Hosterías que ofrezcan este servicio, es por ello que encontramos como oportunidad de

negocio el implementar un servicio de Spa para cubrir este mercado que no está siendo atendido.

1.2 Definición del mercado

“Según Kotler & Armstrong en el libro Fundamentos de Marketing, menciona al mercado como el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio. (Kotler, 2008)

Lugar publico donde se concentra un sinumero de tiendas o puestos de ventas donde se exponen servicios o productos y pueden ser adquiridos por consumidores.

1.2.1 *Qué mercado se va a tocar en general.*

1.2.1.1 Categorización de sujetos

Como consecuencia de la investigación la Hostería Kumbha Mela & Spa ha determinado las siguientes categorías:

Tabla 1 Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Turista Nacional, Turista Extranjero, Agencias, Operadores Turísticos.
¿Quién usa?	Turistas nacional y Extranjero
¿Quién decide?	EL turista.
¿Que influye?	Locación, Paquetes Turísticos, Transporte, Instalaciones, Seguridad, Entorno, Familiares, Amigos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

1.2.1.2 Estudio de Segmentación

Especifique cuál es el mercado geográfico que va a tocar su producto o servicio.

Tabla 2 Dimensión conductual

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
TIPO DE NECESIDAD:	Social, Seguridad, Estima (Maslow)
TIPO DE COMPRA:	Comparación
RELACIÓN CON LA MARCA:	No
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:	Positiva

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 3 Dimensión Geográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN
PAÍS	Ecuador	14.483.499
REGIÓN	Sierra	6.500.000
PROVINCIA	Pichincha	2.576.287
SECTOR	Noroccidente	20.962
PARROQUIA	Mindo	3.482

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado por: El Autor

Para poder definir el universo poblacional en la dimensión demográfica se ha tomado en cuenta los siguientes aspectos:

Según estadísticas de Quito Turismo actualmente se registra una afluencia de 416.037 viajeros nacionales que visitan centros turísticos dentro de Pichincha. Según indica (BridLife, 2016) 25.000 turistas visitan Mindo al año.

Tabla 4 Dimensión Demográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN
NACIONALIDAD	NACIONAL	416.037
NACIONALIDAD	EXTRANJERA	25.000
TOTAL	TURISTAS	441.037

Fuente: (INEC, 2010) y (BridLife, 2016)
Elaborado por: El Autor

1.2.1.3 Plan de muestreo

Se determinará los sujetos a ser investigados, Para obtener la muestra se deberá aplicar la siguiente fórmula:

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

n= TAMAÑO DE LA MUESTRA

Z= El nivel de confiabilidad será de (1,96)

P= Probabilidad de ocurrencia se verá reflejado con un (50%)

Q= Para la probabilidad de no ocurrencia tendremos un (50%)

N= La población se obtiene de la visita de turistas nacionales como extranjeros dándonos un total de 441.037

e= Como error de la muestra se escogerá un (5%)

n= 423.572,93/1.058.93

n= 384 Cuestionarios

Tabla 5 Necesidades Objetivo específico 1

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos
¿Qué es el producto Hotelero?	Secundaria	Proveedores	SERVICIOS AGRUPADOR (TEÓRICO)
Tipos de servicio Hoteleros	Secundaria	Proveedores	BANCO DE DATOS DE OTRAS ORGANIZACIONES.
Costos de los servicios Hoteleros	Secundaria	Proveedores	BANCO DE DATOS DE OTRAS ORGANIZACIONES.
Reglamento general de actividades hoteleras	Secundaria	Proveedores	Página Web, Ministerios de Turismo.
Capacitación en atención del cliente	Secundaria	Proveedores	BANCO DE DATOS DE OTRAS ORGANIZACIONES.
Conocimiento de la competencia en el mercado Hotelero	Secundaria	Proveedores	BANCO DE DATOS DE OTRAS ORGANIZACIONES.
¿Quiénes son mis proveedores para los utensilios del Spa?	Secundaria	Proveedores	BANCO DE DATOS DE OTRAS ORGANIZACIONES.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 6 Objetivo específico 2

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos
Determinado el mercado potencial	SECUNDARIA	INEC	SERVICIOS AGRUPADOS
Factores críticos para el sector Hotelero	SECUNDARIA	MINISTERIO DE TURISMO	BANCO DE DATOS DE OTRAS ORGANIZACIONES.
Gustos y preferencias de los consumidores Hoteleros	PRIMARIA	TURISTA NACIONAL, EXTRANJERO	FOCUS GRUOP, ENCUESTAS.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

1.2.1.4 Diseño y recolección de información.

1.2.1.5. Análisis e Interpretación

De acuerdo al instrumento se deberá elaborar su análisis. (Realización de encuestas)

1.2.2 Demanda Potencial

La Hostería Khumba Mela ofrece los servicios de alojamiento, alimentación y actividades turísticas para la población interna que hace turismo ecológico desde la ciudad de Quito, ya que la demanda de turistas en el Ecuador es muy concurrida y es una fuente de ingresos que inyecta la economía y mejora el PIB interno, El mercado está segmentado por los turistas que visitan la ciudad de Quito y específicamente les gusta el turismo ecológico y las actividades de relajación y descanso en un sitio alejado de la ciudad.

Cuando no se dispone de datos históricos, deberá aplicarse la tasa de crecimiento poblacional como indicador de proyección:

Tabla 7 Proyección de la Demanda

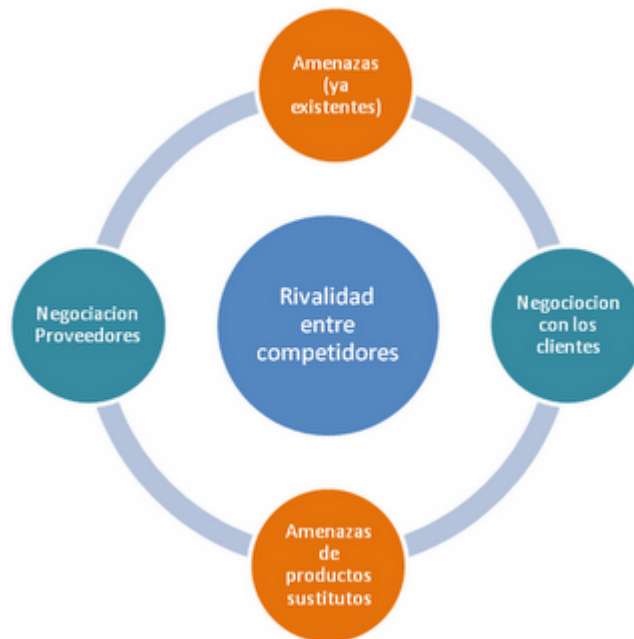
	DEMANDA
2014	94373,74
2015	103247,48
2016	112121,22
2017	120994,96
2018	129868,70

Fuente: INEC 2010

1.3 Análisis del macro y micro ambiente

1.3.1 Análisis del micro ambiente

Para una competencia en el mercado existen 5 fuerzas de Porter competitivas que intervienen directamente en el mundo empresarial.



Fuente: Investigación propia.

Amenaza de nuevos entrantes

Rivalidad entre competidores.

Actualmente la Hostería Kumbha Mela por sus servicios en disposición compite con 4 de las Hosterías que se establecen en Mindo, a continuación una lista de los competidores actuales:

- **Mindo Garden:** Actualmente dispone servicios de alojamiento y restaurante.
- **El Carmelo:** Siendo esta la Hostería más gran de Mindo sus servicios son variados en los que se puede constar, Alojamiento, Restaurante, Piscina, Atractivos, Turco, Hidromasajes.

- **Mariposas de Mindo:** Consta con los siguientes servicios, Alojamiento, Restaurante, Atractivos.
- **Terra Bambú:** Una hostería llena de naturaleza ofrece sus servicios de Alojamiento, Restaurante y Piscina.

Los competidores directos son de nivel socio económico medio a medio alto, cuentan con servicios similares a los que ofrece la Hostería Kumbha Mela, como lo son: Hospedaje, piscina, caminatas, área recreacionales.

Poder de negociación con los proveedores

La Hostería Kumbha Mela no tiene ningún problema con sus proveedores, se tiene contrato con proveedores para la adquisición de ciertos productos y convenios de pagos para no tener ningún inconveniente.

La Hostería cumple con sus proveedores, tienen por el momento proveedores fijos que se encargan de distribuir materia prima para el servicio de restaurante siendo este un nivel alto de negociación con nuestro proveedor.

Los proveedores para el servicio de hospedaje es decir con shampoo, jabones, etc., se compran en cadenas reconocidas como Supermaxi, Mega maxi y Santa María.

La Hostería contara con clientes bastos en la realización de aceites naturales, y masajeadores realizados de bambú para tener un mejor resultado en el masaje de los clientes. Proveedores desde la casa del químico, como artesanos de la zona, el nivel de negociación con nuestros proveedores es alto.

Para la Hostería Kumbha Mela los proveedores cambian según las políticas de estado.

Poder de negociación con los clientes

El poder de negociación de nuestros clientes se ve reflejado en el tipo de servicio que se le ofrece, este cliente puede llegar a decidir qué tipo de servicio desea ante la competencia y nosotros, es decir nuestro nivel de negociación con el cliente es medio.

Las exigencias de los Turistas Internacionales son altas, por el mismo hecho de pertenecer a otro país y cultura diferente a la del Ecuador, es por ello que en ciertos casos tienen el poder de negociación en preferir el servicio o no hacerlo.

Si los clientes disponen de información sobre los servicios que ofrecen las hosterías de Mindo estos tendrían un alto poder e negociación ya que sabrían directamente a donde recurrir.

Amenaza de productos o servicios sustitutivos.

Los competidores pueden llegar a evolucionar entorno al servicio, esto quiere decir que si prestan atención al servicio de spa pueden existir en ciertas Hosterías la implementación de este servicio por el mismo hecho que tienen espacio físicos para realizarlo.

Por el momento uno de los servicios sustitutos para la Hostería Kumbha Mela & Spa serían el servicio de Hidromasajes y Saunas que ciertas Hosterías prestan en el sector de Mindo. En este caso los clientes recurrirán a este sustituto si la calidad y el rendimiento son superiores al producto que se está ofertando.

Tabla 8 Matriz EFI

“Evaluación de Factores Internos”			
FORTALEZAS			
Factor Interno Clave	Ponderación	Calificación	Total Ponderado
Áreas disponibles para implementación de servicios.	14%	4	0.56
Personal capacitado tanto para hospedaje como Spa.	14%	3	0.42
Ubicación perfecta para el descanso.	15%	5	0.75
Uso de energías alternativas, “energía solar”	8%	4	0.32
Alto compromiso de los propietarios por renovar el posicionamiento del establecimiento.	8%	4	0.32
Producto diferenciado.	10%	4	0.40
DEBILIDADES			
No cuenta con la disponibilidad de servicio de restaurante.	8%	3	0.32
No se encuentra con la tecnología (equipos) para la realizar los masajes.	7%	3	0.21
La poca permanencia del turista en el establecimiento.	7%	2	0.21
Capacidad económica del cliente.	9%	3	0.27
TOTAL	100%		3.78

Elaborado por: El autor

Análisis del macro ambiente

Para el respectivo análisis del macro ambiente sobre la hostería Kumbha Mela podremos analizar los siguientes ítems:

Político:

El gobierno actual trata de apoyar al sector turístico para afianzarlo como el principal producto de exportación, a través de alianzas estratégicas, el desarrollo turístico que el país requiere para ser considerado como un destino turístico internacional es mínimo, y no necesitan de grandes inversiones, ni infraestructura de calidad a lo largo del país.

Los pilares de la Política Turística según la constitución del 2008 y el Plan Nacional Para el Buen Vivir dictan los siguientes aspectos:

- Mejorar las capacidades de la ciudadanía.
- Mejorar la calidad de vida de la población.
- Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un medio ambiente sano y sustentable.
- Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.

Para el Ministerio de Turismo las Políticas de Turismo es realizar un Turismo Consciente donde este tenga; Promoción Especializada, Oferta de Calidad, Articulación interinstitucional, Turismo Interno, con estos ejes pretende que el Turismo Nacional sea pionero en su ámbito como tal.

Económico:

Las proyecciones para el PIB Ecuatoriano en el año 2015 se ubican en valores cercanos al 4% tanto por parte de las cifras oficiales en el país, como de organismos multilaterales. Dentro de las entidades internacionales, la CEPAL maneja la proyección más baja en 3,8%. En el caso de la Unidad de Investigación Económica y de Mercado (UIEM) de Ekos, se proyecta una tasa de crecimiento de 3,7% en el año 2015, tomando en cuenta la desaceleración de la actividad económica y los menores precios del petróleo. (Ekos, 2016)

Según el Ministerio del Turismo durante el segundo trimestre del 2016, se incrementó el número de ocupación de plazas laborales en empresas dedicadas al sector turístico, específicamente el área de alojamiento y servicios de comida. El crecimiento, en referencia con el mismo periodo del 2015, es de 13,6% (Turismo, 2016)

Un dato importante que cabe recalcar según el INEC es que en el 2012 los Ecuatorianos gastaron 2'731.622 dólares en vacaciones o viajes internacionales, mientras que en viajes nacionales con todo incluido (pasajes, comida, alojamiento) los Ecuatorianos han gastado 1'083.952.

Según datos proporcionados por el Ministerio de Turismo actualmente, 451.066 personas trabajan, a nivel país, en negocios relacionados a servicios turísticos. La cifra representa el 6,1% del total de empleados en la economía ecuatoriana.

En cuanto a otros indicadores como inflación y desempleo, se proyecta una tasa de inflación mayor a la del 2014, con un 3,8% y el mantenimiento de los bajos niveles de desempleo inferiores al 5%. La tendencia a la baja de precio de los commodities, sobre todo el petróleo, es un factor determinante para la situación económica del país así como de las políticas implementadas.

Social:

Sobre los datos de los lugares de alojamiento realizados dentro del territorio nacional según el INEC en el 2010 se puede observar que; la vivienda de familiares y amigos predomina con un 74,7% seguido de Hoteles y similares con un 19,1%, Vivienda propia reflejado con un 3,6%, Camping con un 0,9% mientras que la vivienda alquilada se posiciona con un 0,7% y otros con un 1,0%.

Las razones por las cuales los turistas nacionales no viajan fuera del cantón según el INEC en el 2010 presentan al factor económico como el principal factor de impedimento de viaje que se ve reflejado con un 43,8% seguido del factor salud con

un 14,5%, personas a quien no les gusta viajar el 13,8%, por motivos familiares el 13,2%, mientras que por motivos de trabajo el 11,8% otros motivos el 2,9%

Según datos del INEC extranjeros que visitan Ecuador provienen principalmente de Colombia el 31%, Estados Unidos el 20%, el resto del mundo el 15%, mientras que Perú ocupa el cuarto lugar con un 19% y con menos porcentaje España con el 6%, Panamá con el 4% en penúltimo lugar se sitúa Chile con el 3% y finalmente Argentina con el 2%. de acuerdo a la última Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC 2010), el número de empleados en los sectores de Alojamiento y Servicios de Comida se ubicó en 405.819, registrando un incremento del 16.3% respecto al 2014 (el segundo incremento más importante en el país después del sector transporte).

De acuerdo a las declaraciones de Holbach Muñetón, el turismo constituye el segundo generador de empleo después de la agricultura, por lo que constituye una actividad importante para la población.

Tecnológico.

El Ministerio de Turismo a través del Ministerio de Industrias y Productividad y la Asociación Ecuatoriana de *Software – Aesoft-*, promueven el desarrollo del software nacional como estrategia para promover, dinamizar y potenciar tecnológicamente el turismo nacional.

Según el Ministerio de Turismo actualmente están en desarrollo más de 300 aplicaciones que servirán para el turismo nacional (Hoteles, Transportes, Restaurantes, Agencias de viajes, etc.); varios empresarios y representantes del sector turístico, ya empiezan a utilizar cada vez más este tipo de software (programas computacionales), producidos y desarrollado en el Ecuador.

Actualmente el servicio de comunicación móvil por parte de las telefonías presentes (Claro, Movistar, Cnt) cubre el 60% de la población, es decir que ha logrado en una gran medida cumplir con las necesidades de comunicación.

Tabla 9 Matriz EFE

“Evaluación de Factores Externos”			
OPORTUNIDADES			
Factor Externo Clave	Ponderación	Calificación	Total Ponderado
Apoyo por gobierno a través del Ministerio de Turismo.	13%	3	0.39
Formación de alianzas con institutos cosmetólogos para la contratación de practicantes.	14%	3	0.42
Estrés de las personas.	15%	4	0.60
Alta valoración de la calidad natural como producto.	13%	4	0.52
El interés por el cuidado de la salud en Hombres como Mujeres.	12%	4	0.48
AMENAZAS			
Políticas cambiantes de gobierno.	10%	3	0.30
Aumento de competidores en la zona, que brinden el mismo servicio de spa.	13%	3	0.39
Posibles desastres naturales en la zona.	10%	4	0.40
TOTAL	100%		3.50

Elaborado por: el autor

Tabla 10 Matriz de Perfil Competitivo

INDUSTRIA		COMPAÑÍA		COMPETIDOR 1		COMPETIDOR 2	
Factor Importante para el éxito.	Ponderación	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje
Espacios verdes.	20%	4	0.8	4	0.8	4	0.8
Personal Capacitado.	10%	3	0.2	3	0.2	2	0.2
Calidad de servicios en hospedaje	20%	3	0.6	3	0.6	2	0.4
Precios competitivos	30%	3	0.9	2	0.6	3	0.9
Posicionamiento local	20%	2	0.4	4	0.8	3	0.6
TOTAL	100%		2.90		3		2.90

Elaborado por: el autor

Tabla 11 Plan de contingencia

Estrategias	¿Qué?	¿Cómo?	¿Con que ¿	¿Cuándo?	¿Quién?
	Programas	Acciones inmediatas	Recursos Necesarios	Plazo	Responsable
Implementar un programa de capacitación de atención al cliente.	Capacitación para retención de clientes	Determinar quiénes se beneficiaran de estas capacitaciones. Establecer costo de capacitaciones	Humanos Financieros Materiales Tecnológico	Permanente	Representante legal de la empresa.
Implementar planes de contingencia por eventualidades de catástrofe naturales	Capacitación sobre evacuaciones y seguridad.	Determinación de equipo de evacuación. Determinar el costo de las capacitaciones	Humanos Materiales Financiero	Permanente	Jefe de seguridad.

Elaborado por: el autor

1.3.4 Proyección de la oferta.

La proyección de la demanda se realizó mediante la oferta de nuestra competencia directa que es la Hostería Arazá, con un crecimiento del 1,2% segundo datos de Quito Turismo en el 2010.

Tabla 12 Proyección de la oferta

Oferta						
Años		Valor inicial	tasa	1+i	(1+i) ⁿ	Co*(1+i) ⁿ
0	2016	7.119	1,2%	1,012	1,00	7.119
1	2017				1,01	7.204
2	2018				1,02	7.291
3	2019				1,04	7.378
4	2020				1,05	7.467
5	2021				1,06	7.557

Elaborado por: el autor

1.4 Demanda Potencial Insatisfecha

Para el cálculo de la demanda potencial observamos una población inicial de 441.037, la cual se modifica a un 90% de aceptación dato obtenido de la encuesta, dándonos consigo 396.933.

En la proyección de la demanda potencial se calcula con el 5% datos obtenidos en Quito turismo 2010.

Tabla 14 Proyección de la demanda potencial

Demanda Potencial						
Años	Valor inicial	tasa	1+i	(1+i) ⁿ	Co*(1+i) ⁿ	
0	2016	396.933	5,00%	105,00%	1,00	396.933
1	2017				1,05	416.780
2	2018				1,10	437.619
3	2019				1,16	459.500
4	2020				1,22	482.475
5	2021				1,28	506.598

Elaborado por: el autor

Tabla 15 Proyección de la demanda potencial

Años	Demanda	Oferta	Dem. Insatisfecha	
0	2016	396.933	7.119	389.814
1	2017	416.780	7.204	409.575
2	2018	437.619	7.291	430.328
3	2019	459.500	7.378	452.121
4	2020	482.475	7.467	475.008
5	2021	506.598	7.557	499.042

Elaborado por: el autor

1.5 Promoción y publicidad que se realizará (Canales de comunicación)

La Hostería Kumbha Mela & Spa utilizará como estrategia de atracción de mezcla de promoción, la cual consistirá en tener medios publicitarios los cuales atraerán al consumidor final a que adquiera el servicio de Spa.



Elaborado por: el autor

Los medios publicitarios que se utilizaran para poder captar clientes será el siguiente:

ATL: Para poder utilizar este tipo de publicidad y lograr que este sea una publicidad masiva y poder llegar a todo tipo de turista se utilizará medios de comunicación como:

BTL: Se pretende tener un canal de comunicación directa con los clientes para atender de manera eficiente cada uno de sus requerimientos se utilizará medios como:

- Página Web
- Ferias Turísticas

1.6 Sistema de distribución a utilizar (Canales de distribución)

Para el canal de distribución de Hostería Kumbha Mela será tanto directa como indirecta, donde la venta del servicio se realizará tanto persona a persona como persona agencia y turista.

Distribución directa



Distribución Indirecta



Grafico 2 Canales de distribución
Elaborado por: el autor

1.7 Seguimiento de clientes

La Hostería Kumbha Mela para el seguimiento de clientes usará un CRM tradicional.

El CRM tradicional será una estrategia de negocio que se concentrará en el cliente, basado en aplicaciones informáticas que contara con una base de datos de todos los clientes tanto nacionales como extranjeros, donde se puede entender cuáles son los principales requerimientos de los clientes lo que repercutirá en su grado de satisfacción y felicidad de los clientes.

Este medio permitirá a la Hostería Kumbha Mela enviar información sobre ofertas y recibir mensajes sobre sugerencias que nuestros clientes observen dentro de nuestra hostería.

1.8 Especificar mercados alternativos

Para la Hostería Kumbha Mela uno de los mercados que podría estar incursionando sería que la hostería se vuelva un Centro de Jubilación donde preste servicios jubilares a los ancianos ya retirados.

Análisis de los resultados

1.- ¿Le gusta visitar Mindo?

Tabla 13 Le gustaría visitar Mindo

Si	No	Total
345	39	384
90%	10%	100%

Elaborado por: el autor



Grafico 3 Le gustaría visitar Mindo

Elaborado por: el autor

Se pudo observar que el 90% de la muestra total si le gustaría visitar Mindo, mientras que el 10% restante menciono que no le gustaría.

Se puede decir que la mayor parte de la población le gusta visitar Mindo siendo un gran potencial de potenciales clientes para la hostería.

2.- ¿Usted ha requerido hospedarse en el sector de Mindo al Noroccidente de la Provincia de Pichincha?

Tabla 14 ¿Usted se ha requerido hospedarse en Mindo?

SI	NO	Total
345	0	345
100%	0%	100%

Elaborado por: el autor

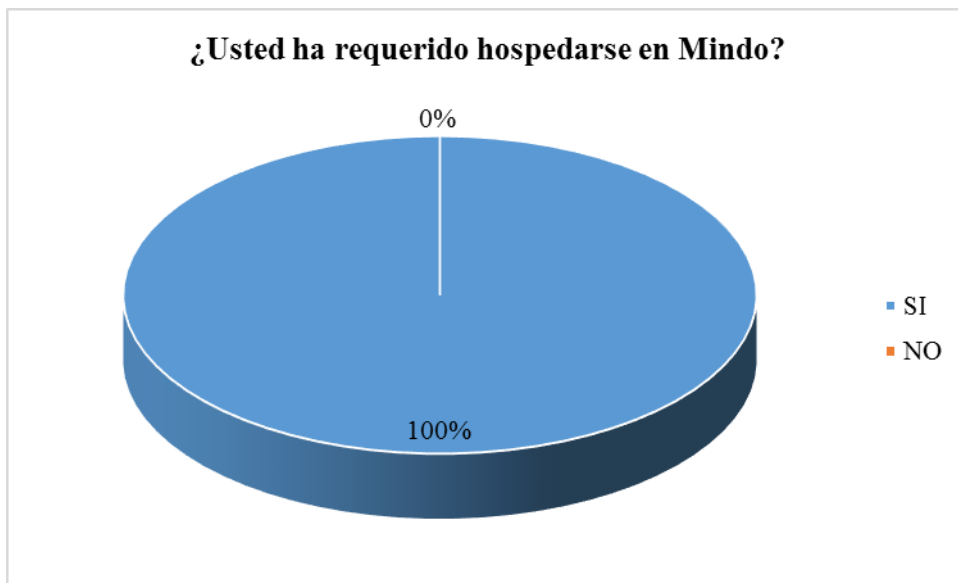


Gráfico 4 ¿Usted ha requerido hospedarse en Mindo?

Elaborado por: el autor

Se puede identificar que del total de la muestra el 100% de los encuestados han tenido la necesidad de hospedarse alguna vez en Mindo.

Este porcentaje nos indica que es una alta oportunidad de captar nuevos clientes para la hostería y principalmente para el nuevo servicio de SPA

3.- ¿A qué medios recurre usted para obtener información sobre servicios turísticos?

Tabla 15 Medios para obtener información

Booking.com	Tripadvisor.com	hoteles.com	expedia.com	Otros	Total
168	116	22	3	36	345
49%	34%	6%	1%	10%	100%

Elaborado por: el autor

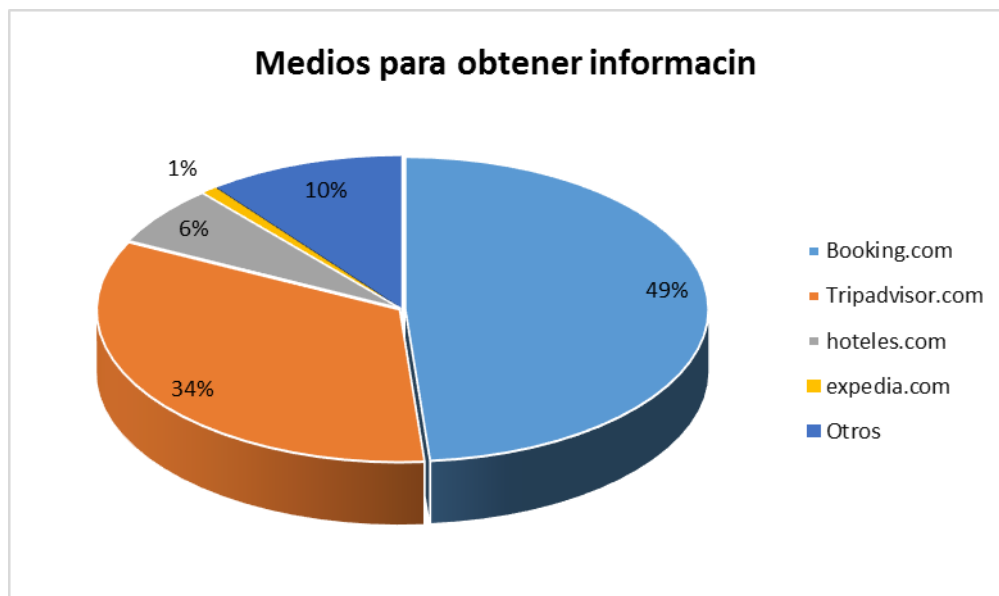


Gráfico 5 Medios para obtener información

Elaborado por: el autor

Con respecto a los medios para obtener información se pudo determinar que el 49% de los turistas encuestados lo hace a través de la página web Booking.com, mientras que el 34% lo realiza por medio de Tripadvisor.com, el 6% en cambio lo hace por Hoteles.com, finalmente el 1% lo efectúa mediante otros medios de comunicación.

Con los resultados obtenidos podemos observar que el medio más relevante por internet es Booking.com el cual se debe utilizar como estrategia para difundir los nuevos servicios de la hostería Khumba Mela Spa.

4.- ¿Por qué razones usted visita Mindo?

Tabla 16 Porque Razones Usted visita Mindo

Turismo	Relajarse	Trabajo	Diversión	Otros	Total
146	146	2	21	30	345
42%	42%	1%	6%	9%	100%

Elaborado por: el autor



Gráfico 6 Razones por las que visita Mindo

Elaborado por: el autor

La principal razón por las que las personas visitan Mindo es por Turismo y por relajación reflejado con un 42%, mientras que el 9% lo hace por otras razones, y el 6% lo hace por diversión y el 1% por motivos de trabajo.

Se puede decir, el turismo es la mayor fuente de ingresos del sector y la razón más visitada además de esta es por descanso y relajación por lo que hay seguridad en feriados y fines de semana de la visita total de turistas internos así como externos.

5.- ¿Generalmente con quien viaja?

Tabla 17 ¿Generalmente con quien viaja?

Solo	Amigos	Pareja	Familiares	Total
3	60	200	82	345
1%	17%	58%	24%	100%

Elaborado por: el autor

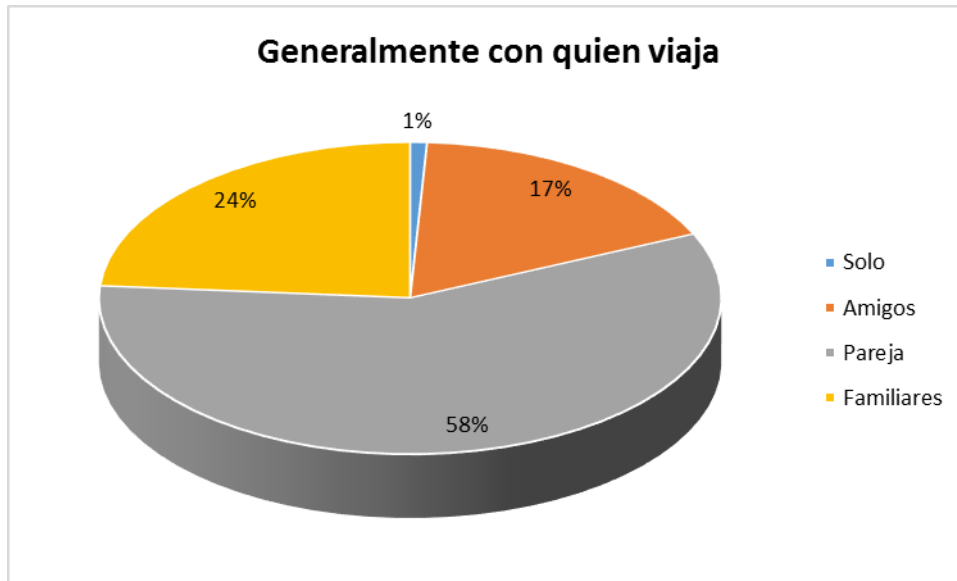


Gráfico 7 Generalmente con quien viaja

Elaborado por: el autor

Los resultados obtenidos indican que generalmente los turistas viajan en pareja a Mindo representados por el 58%, mientras que lo hacen con familia con un 24% de frecuencia, amigos 17% y solo con el 1%,

Se puede considerar que las parejas que viajan a Mindo son un mercado a quien se debe prestar atención y poder llegar a ellos con estrategias para atraerlos a la Hostería Kumbha Mela.

6.- ¿Conoce establecimientos con servicio de alojamiento en el sector de Mindo? (Si su respuesta es SI pase a la Pregunta 7)

Tabla 18 Conocimiento de establecimientos de alojamiento en Mindo

SI	NO	Total
345	0	345
100%	0%	100%

Elaborado por: el autor

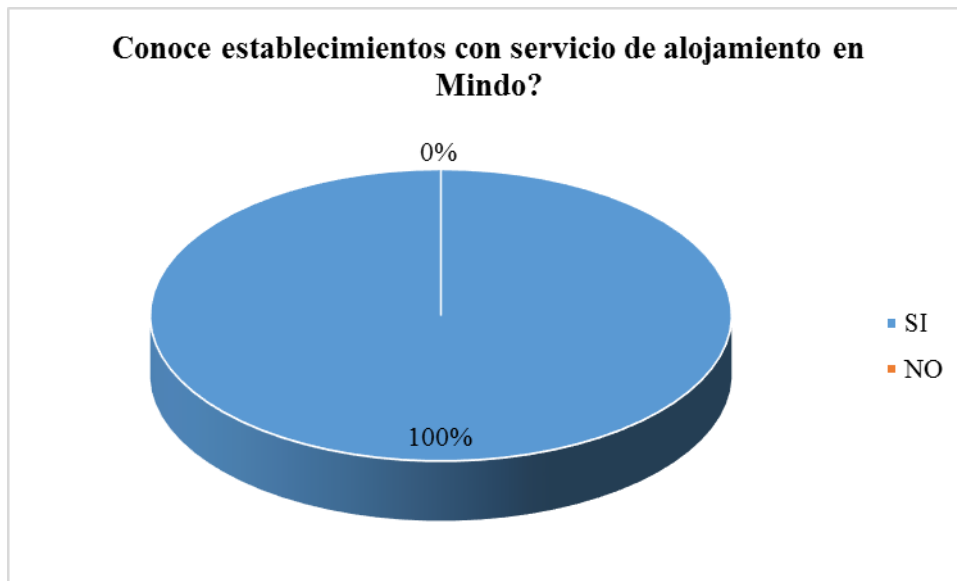


Gráfico 8 Conoce establecimientos con servicios de alojamiento en Mindo

Elaborado por: el autor

El 100% de la muestra contestó que si conoce establecimientos son servicio de alojamiento en el sector de Mindo.

El turista al tener información sobre los establecimientos se deberá dar una adecuada información y diversidad del servicio para convocar a los turistas a la hostería Khumba Mela.

7.- ¿De la siguiente lista de Hosterías en Mindo marque con una (x) las que usted conozca?

Tabla 19 Hosterías que conoce en Mindo

Tetra bambú	El Carmelo	Mindo Garden	Mariposas de Mindo	Khumba Mela	Otros	Total
55	53	60	6	145	26	345
16%	15%	17%	2%	42%	8%	100%

Elaborado por: el autor

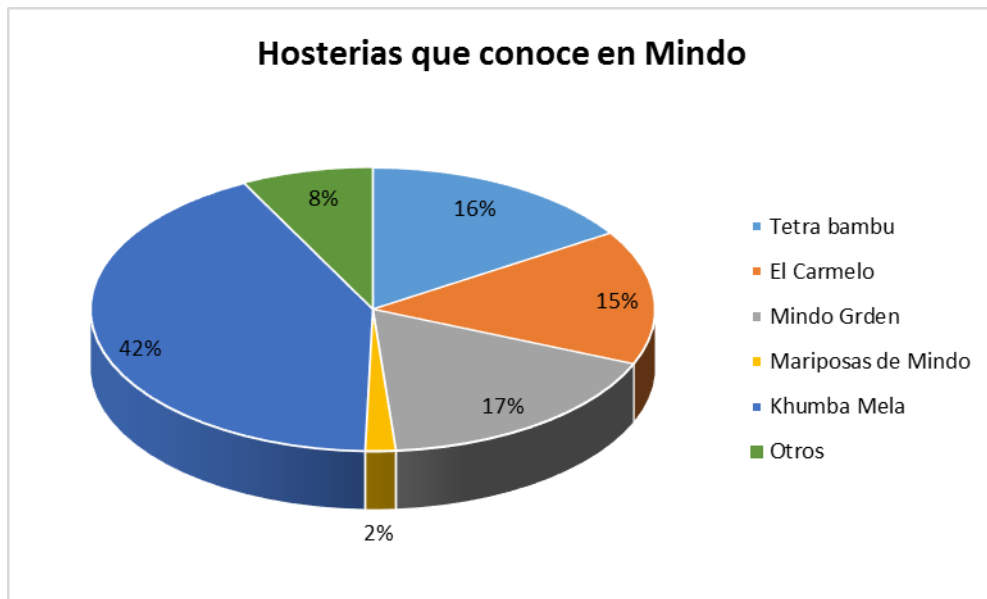


Gráfico 9 Hosterías que conoce en Mindo

Elaborado por: el autor

Las personas que conocen sitios de alojamiento en el sector de Mindo respondieron con un 42% que conocen Khumba Mela, mientras que el 17% respectivamente conoce Mindo Garden y Terra Bambu, el 16% también menciona conocer El Carmelo con el 15% conoce Mariposas de Mindo, Otras hosterías con el 8% y finalmente Las Mariposas de Mindo con un 2%.

Se puede concluir que los turistas ya han visitado la hostería Khumba Mela, mientras que las hosterías de la competencia han sido visitadas con menor frecuencia siendo una fortaleza y ventaja de la hostería para mejorar los servicios y dar a conocer el nuevo servicio SPA

8.- ¿Qué servicios aparte de Hospedaje se fijaría antes de decidir en qué hostería hospedarse?

Tabla 20 Servicios a tomar en cuenta para hospedarse

Terapia	Piscina	Turismo Ecológico	Spa	Otros	Total
31	96	65	153	39	384
8%	25%	17%	40%	10%	100%

Elaborado por: el autor

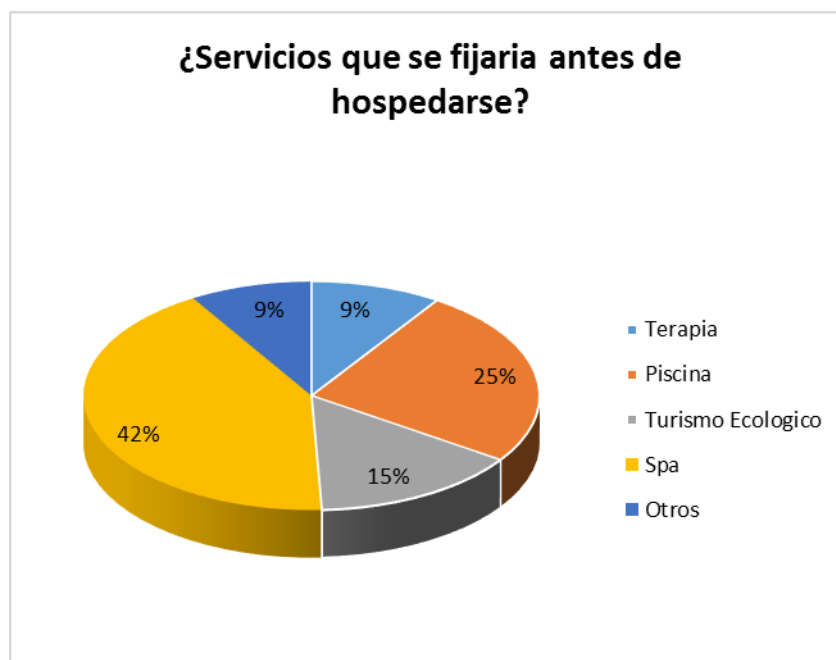


Gráfico 10 ¿Servicios que se fijaría antes de hospedarse?
Elaborado por: el autor

Los resultados obtenidos indican que los turistas lo primero que se fijan antes de hospedarse en Mindo es si cuenta con SPA, representado por el 42%, también buscan que cuente con piscina con un 25%, además el 15% busca que se pueda realizar turismo ecológico, mientras que el 9% busca que la hostería cuente con servicio de terapia, de la misma manera un 9% busca otros servicios.

Se puede determinar que la implementación de un spa convocara a un mayor número de turistas a la hostería complementado con el servicio de piscina y terapia que cuenta la misma para una atención de calidad y satisfacción del cliente.

9.- ¿Conoce usted los beneficios que brinda el servicio de Spa?

Tabla 21 Conoce usted los beneficios que brinda el servicio Spa

SI	NO	Total
345	0	345
100%	0%	100%

Elaborado por: el autor

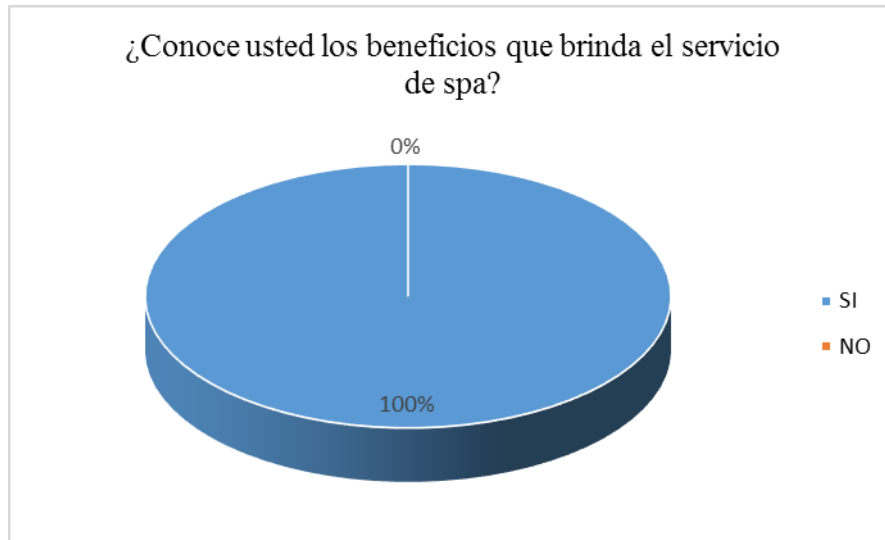


Gráfico 11 ¿Conoce usted los beneficios que brinda un Spa?

Elaborado por: el autor

De los resultados obtenidos en la encuesta, el 100% de los encuestados manifestaron que si conocen los beneficios que brinda el servicio de spa.

Se puede determinar que el servicio deberá ser variado y de alta calidad en cada tratamiento por el alto conocimiento de los encuestados.

10.- De la siguiente lista de beneficios marque con una (x) las que usted conoce sobre los resultados que brinda el servicio de un Spa.

Tabla 22 Resultados que brinda el servicio Spa

Reducción estrés	Relación muscular	Reduce hipertensión	Tonifica y nutre la piel	Reequilibrio energético	Mejora la angustia emocional	Total
130	114	18	16	22	45	345
38%	33%	5%	5%	6%	13%	100%

Elaborado por: el autor

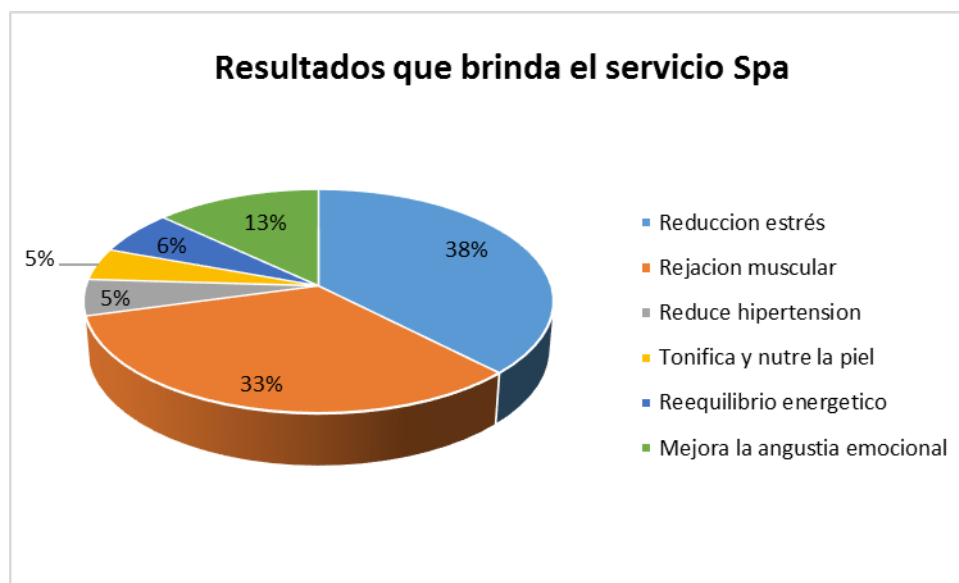


Gráfico 12 Resultados que brinda el Spa
Elaborado por: el autor

Se puede observar que el 38% de los encuestados respondió que los beneficios que brinda el servicio de spa es la reducción de estrés, mientras que el 33% contestó que los beneficios de un spa constituye en la relajación muscular, mientras que el 13% menciona que su función ayuda a mejorar la angustia emocional, el 6% afirmó que mejora el reequilibrio energético, finalmente el 5% manifestó que ayuda tonificar y nutrir la piel al igual que la reducción de la hipertensión.

Podemos concluir que los principales servicios de la hostería deberán estar enfocados en terapias de reducción de estrés y relajación muscular principalmente.

11.- ¿Conoce usted alguna Hosterías en Mindo que ofrezcan este servicio? (Si su respuesta es SI, indique el nombre de la Hostería

Tabla 23 Conocimiento de hosterías que ofrecen servicio Spa en Mindo

Si	No	Total
51	294	345
15%	85%	100%

Elaborado por: el autor

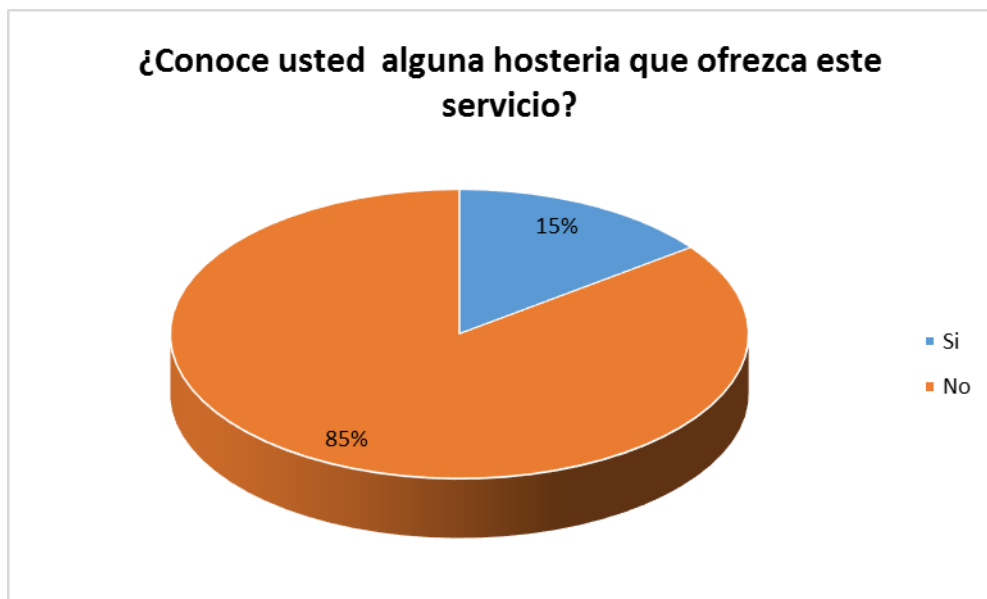


Gráfico 13 ¿Conoce usted alguna hostería que ofrezca servicio spa en Mindo?

Elaborado por: el autor

Del total de personas encuestas el 85% no tiene conocimientos de una hostería en Mindo que ofrezca el servicio de spa, mientras que el 15% si tiene conocimiento de alguna hostería en Mindo.

Podemos observar que la hostería Arasha es la principal competencia de Kumbha Mela ya que ofrece el mismo servicio de spa.

12.- ¿Estaría dispuesto de hospedarse en la Hostería Kumbha Mela si uno de sus servicios principales sería un spa para la relajación total de sus clientes?

Tabla 24 Disponibilidad para hospedarse en Khumba Mela si ofrece el servicio Spa

SI	NO	Total
345	0	345
100%	0%	100%

Elaborado por: el autor

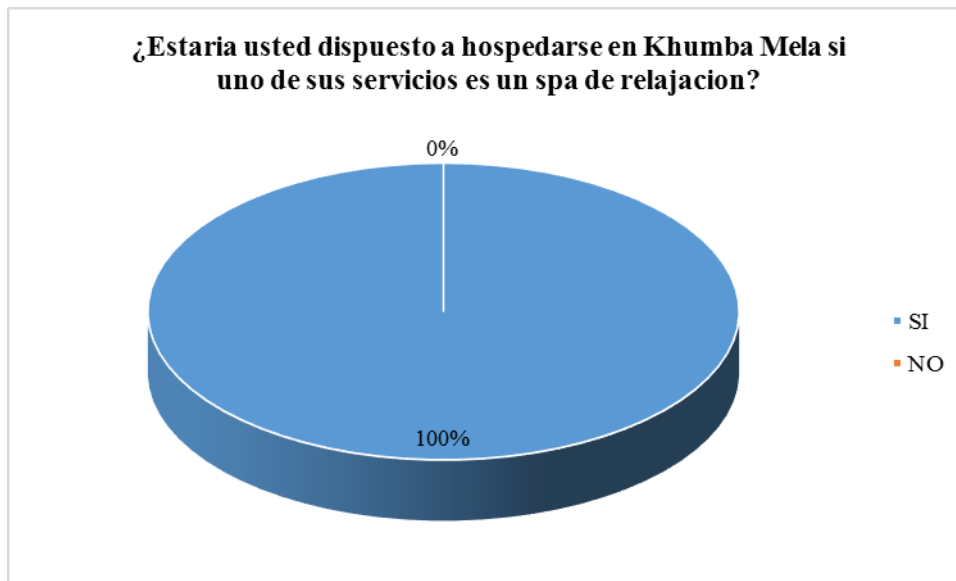


Gráfico 14 Disponibilidad para hospedarse en la hostería si cuenta con servicio Spa

Elaborado por: el autor

El 100% de personas encuestadas mencionaron que se hospedarían en la hostería Khumba Mela si esta ofrece entre uno de sus servicios principales un spa de relajación.

Se tiene una buena aceptación para poder implementar el servicio e spa en la Hostería Kumbha Mela.

13.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de servicio de spa donde incluya uno de los tratamientos facial, Masaje y Terapia?

Tabla 25 Cuanto pagaría por recibir el servicio Spa

\$25 - \$35	\$36 - 45\$	\$46 - \$55	\$56 - \$65	Total
8	120	215	2	345
2%	35%	62%	1%	100%

Elaborado por: el autor



Gráfico 15 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio spa?

Elaborado por: el autor

El 62% de los encuestados afirmó que estaría dispuesto a pagar por el servicio de spa entre 46 a 55 dólares, mientras que el 35% respondió que pagaría por este servicio entre 36 a 45 dólares americanos, un 2% respondió que estaría dispuesto a pagar entre 25 a 35\$ americanos, es decir, finalmente el 1% estaría dispuesto a pagar entre 56 a 65\$.

Se puede concluir que el precio promedio para inicio de las operaciones de los servicios estaría en 50\$ americanos.

CAPITULO II

ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

2.1 Descripción del proceso

2.1.1 Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

La empresa Kumbha Mela Lodge & Spa, presentara el servicio sus servicios mediante el siguiente proceso.

1. La empresa Kumbha Mela Lodge & Spa, realiza la compra de Materia Primas en diferentes establecimientos, ya sea por convenios de áreas locales o en Quito.
2. El área de Marketing tiene la obligación de dar a conocer la Hostería por varios medios de comunicación, ya sean ATL o BTL, según la necesidad y presupuesto acordado.
3. En los servicios que ofrece Hosteria Kumbha Mela Lodge & Spa se detalla los siguientes puntos a seguir.
 - El Huésped solicita información del servicio en recepción. (5 min).
 - La persona encargada de la recepción recibe al cliente, le proporciona información sobre los paquetes actuales como promocionales, en función del requerimiento del cliente (5 min)
 - Si el cliente está de acuerdo, se procede a registrarlo y agendar una cita. La primera cita vendrá incluido una consulta gratuita con la Cosmetóloga. (5 min)
 - Una vez el cliente este registrado en el sistema se procede a llenar la ficha médica en la que constara: datos personales del cliente, historial médico, y el diagnostico preliminar (15 min)
 - La Cosmetóloga analiza la ficha médica del paciente, si los resultados del mismo son favorables se procede con el tratamiento. (4 min)
 - Se presenta el tipo de tratamiento al que está apto el cliente, si él está de acuerdo se procederá con dicho tratamiento, mientras se factura o se carga al hospedaje del cliente.
 - o (40 min)

- Para tener un mayor control de nuestros clientes, se procede a agendar futuras citas. (5 min)
- El servicio de masajes Anti Estrés encargado del área de spa tiene un tiempo de duración de (20min).
- El servicio de piedras calientes encargado del área de spa tiene un tiempo de duración de (20 min).
- El servicio de reflexología encargado del área de spa tiene un tiempo de duración de (43 min).
- El servicio de terapia Ictioterapia encargado del área de spa tiene un tiempo de duración de (30 min).

2.1.1.1 Mapa de proceso

En este cuadro se puede observar el proceso para la ejecución del servicio general dentro de la Hostería.

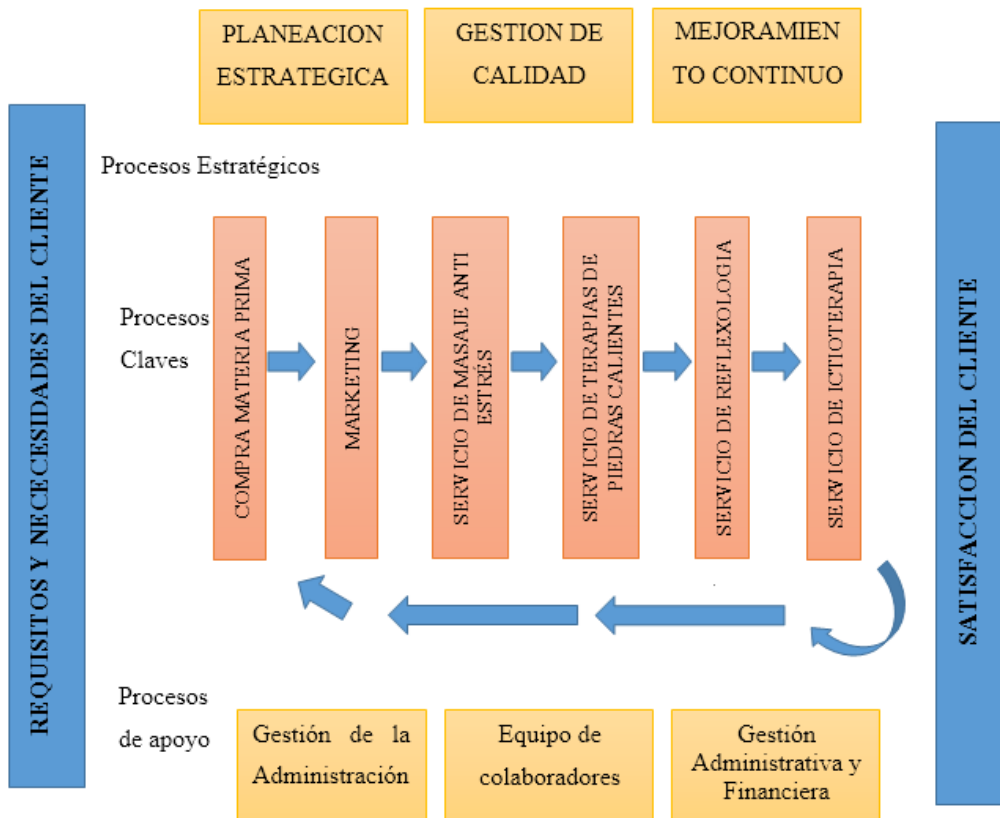


Grafico 16 Mapa de procesos
Elaborado por: el autor

Tabla 26 Proceso de prestación del servicio

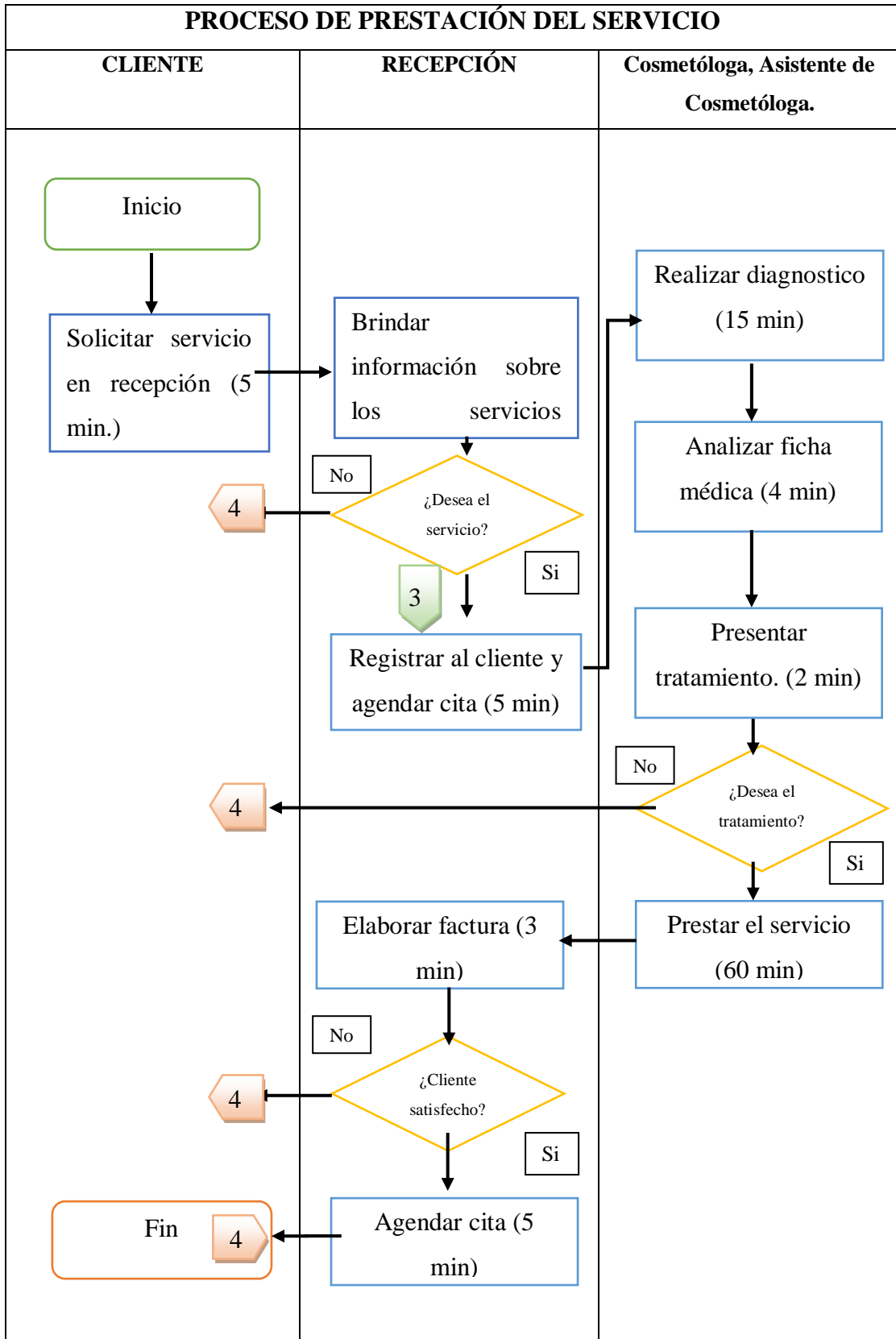
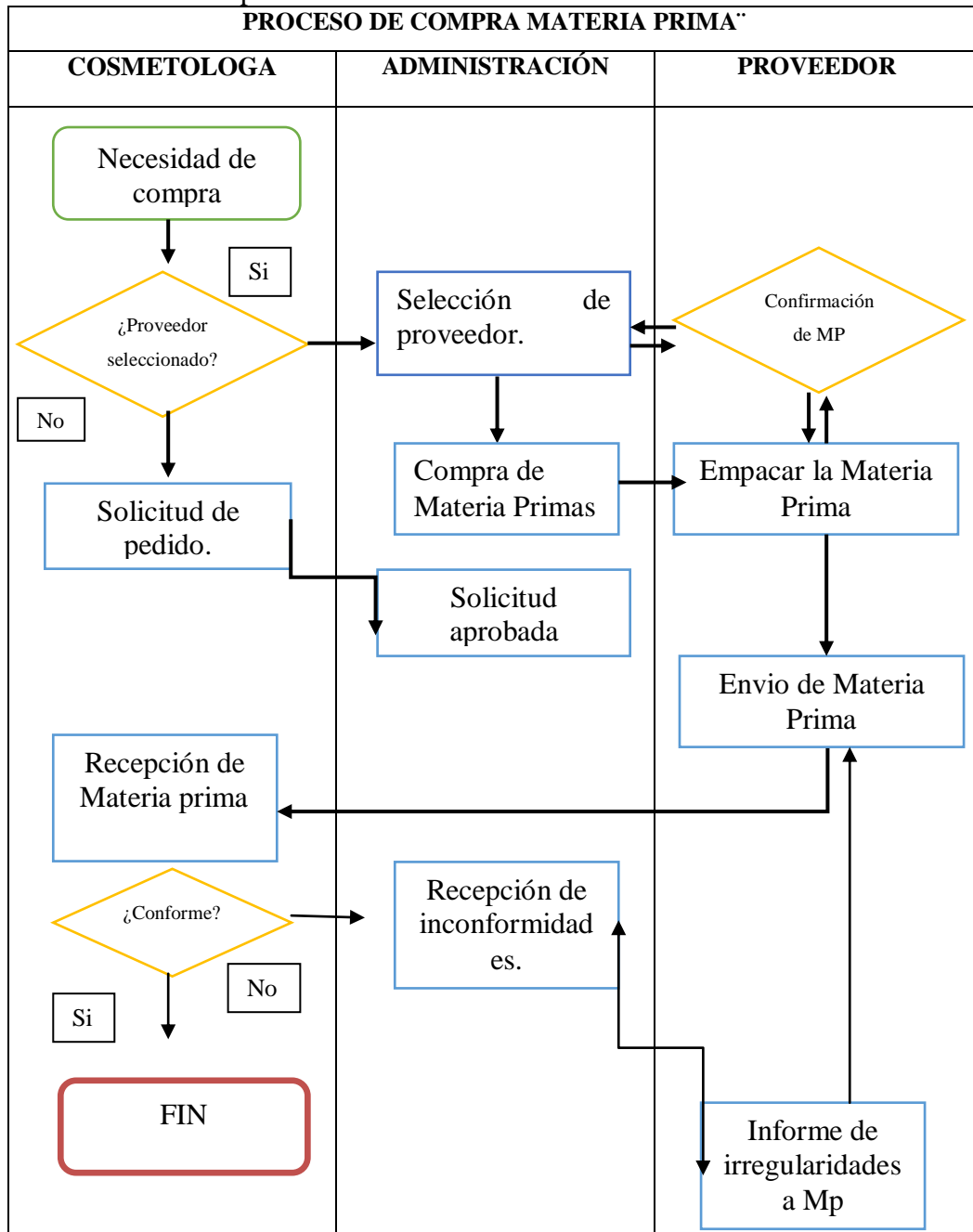


Tabla Proceso Compra Materia Prima

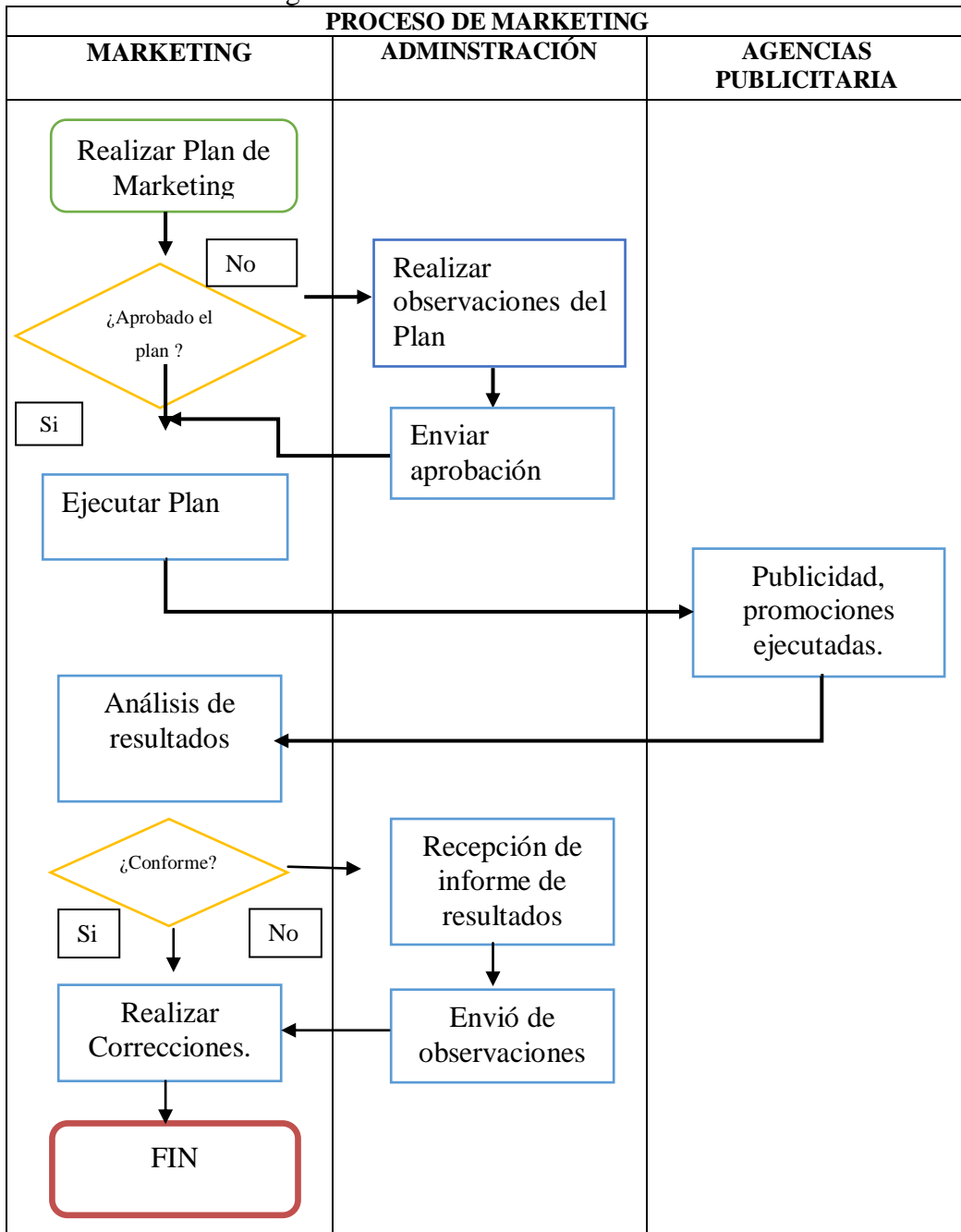


Elaborado por: El Autor

Para la adquisición de Materia Prima se realizara las siguientes actividades:

1. Cosmetóloga presenta a la Administración el documento de adquisición de materias requeridas en el área.
2. Admnsitración realiza el pedido y compra a los proveedores.
3. Cosmetóloga hace recepción de las materias primas, si presenta alguna molestia con la Materia Prima realiza un informe administración para su posterior devolución y arreglo de la misma.

Tabla Proceso Marketing

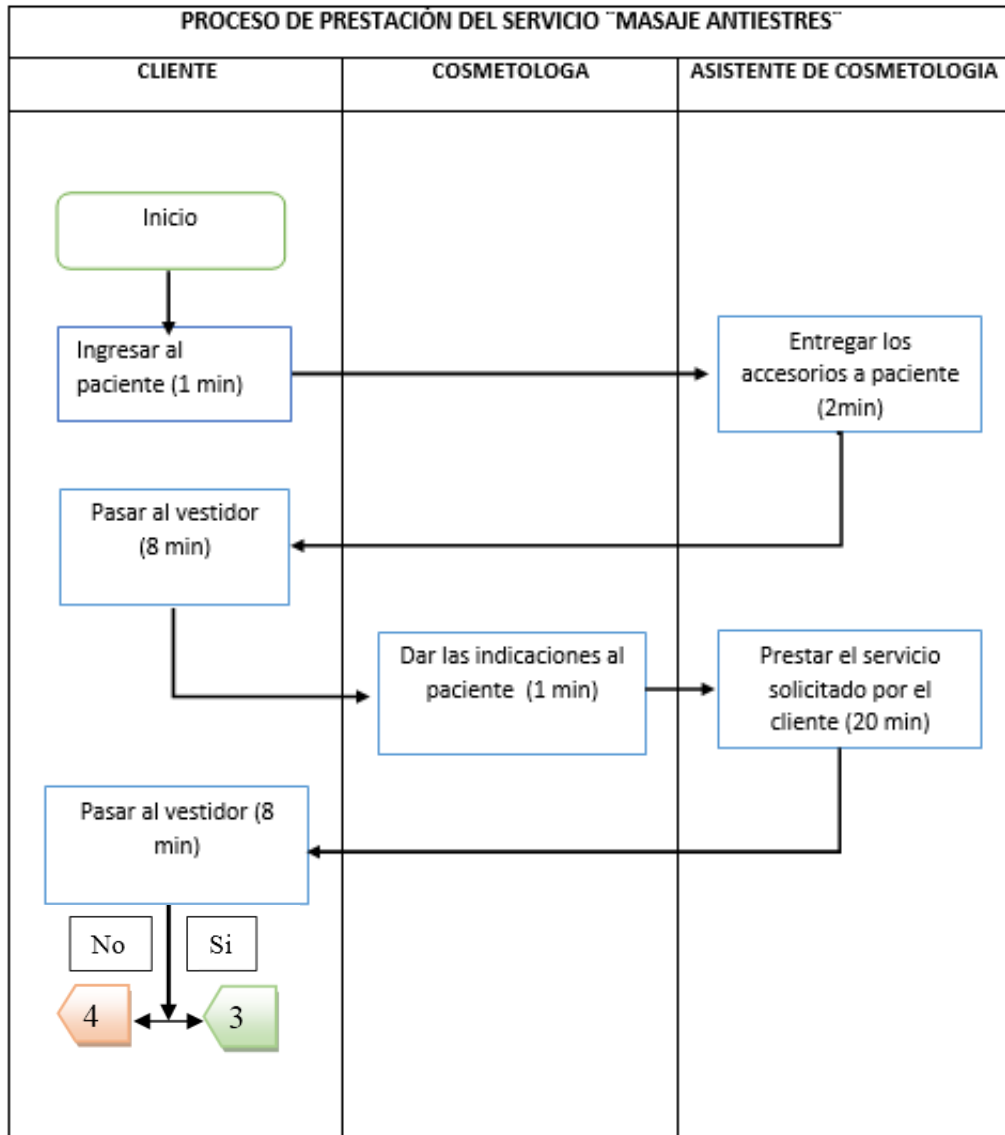


Elaborado por: El Autor

Para la ejecución de Marketing es necesario realizar las siguientes actividades:

1. Mercadosolo realiza el Plan de Marketing a ejecutarse en la Hostería Kumbha Mela.
2. Administración obteniendo el Plan de Marketing realiza cambios y observaciones del mismo bajo autorización.
3. Se ejecuta el Plan de Marketing, realizando Promociones, y publicidad en Agencias y en diferentes plataformas.

Tabla 27 Flujo servicio masajes anti estrés



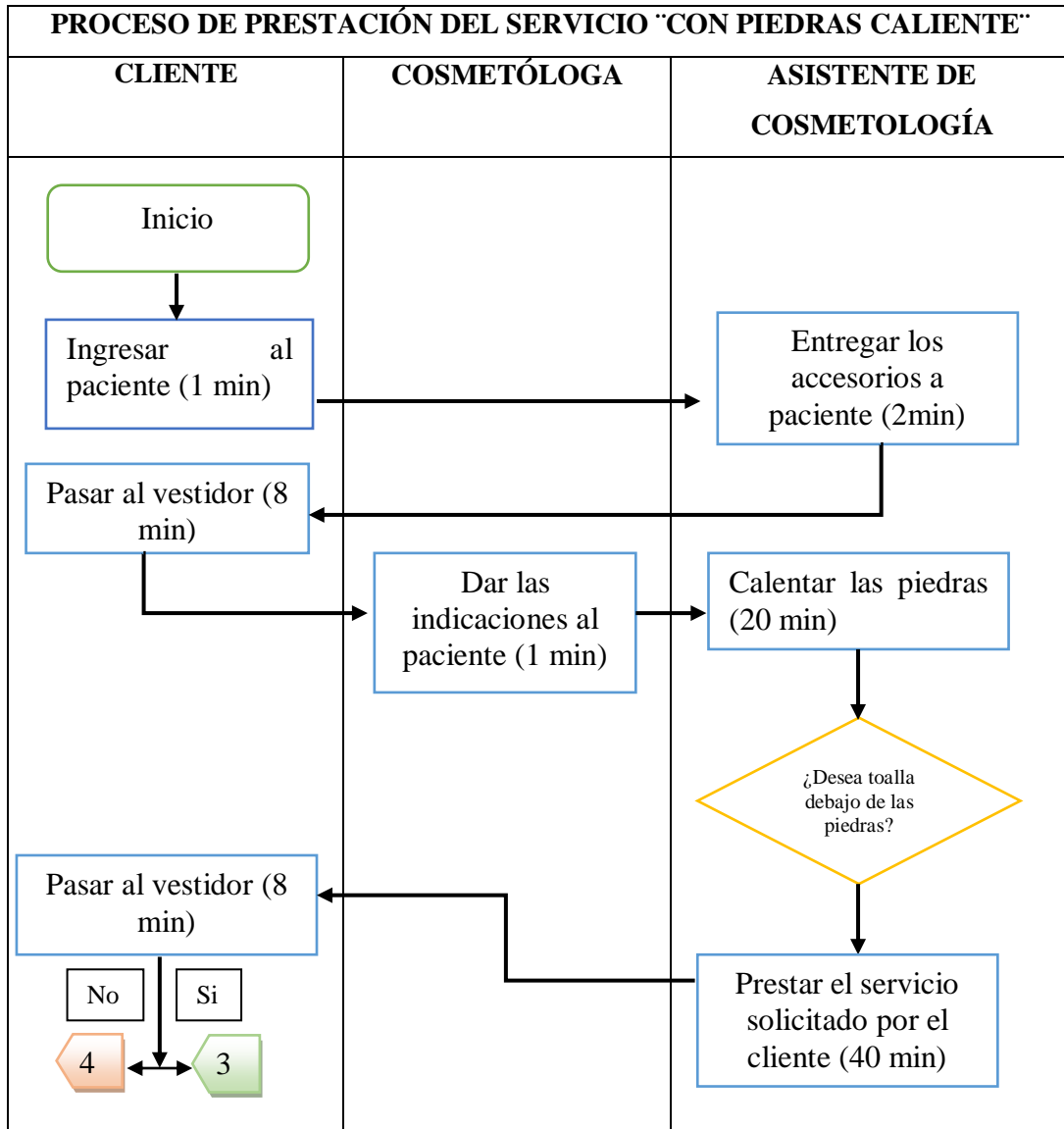
Elaborado por: El Autor

Para la prestación del servicio de Masajes Anti estrés se prevé las siguientes actividades:

Tratamiento de Masajes Anti estrés

4. Ingresar al paciente. (1 min)
5. Se le entrega los accesorios al paciente, (Bata, Toallas, Zapatillas). (2 min)
6. El paciente pasa al vestidor para cambiarse. (8 min)
7. Dar las indicaciones al paciente para prestar el servicio. (1 min)
8. Se pregunta al cliente que música le gustaría que se ponga en el proceso del tratamiento, posteriormente comenzamos a los Masajes anti estrés (40 min)
9. El cliente procede a cambiarse (8 min)
10. Fin del tratamiento o prosigue a otro tratamiento.

Tabla 28 Flujo servicio piedras calientes

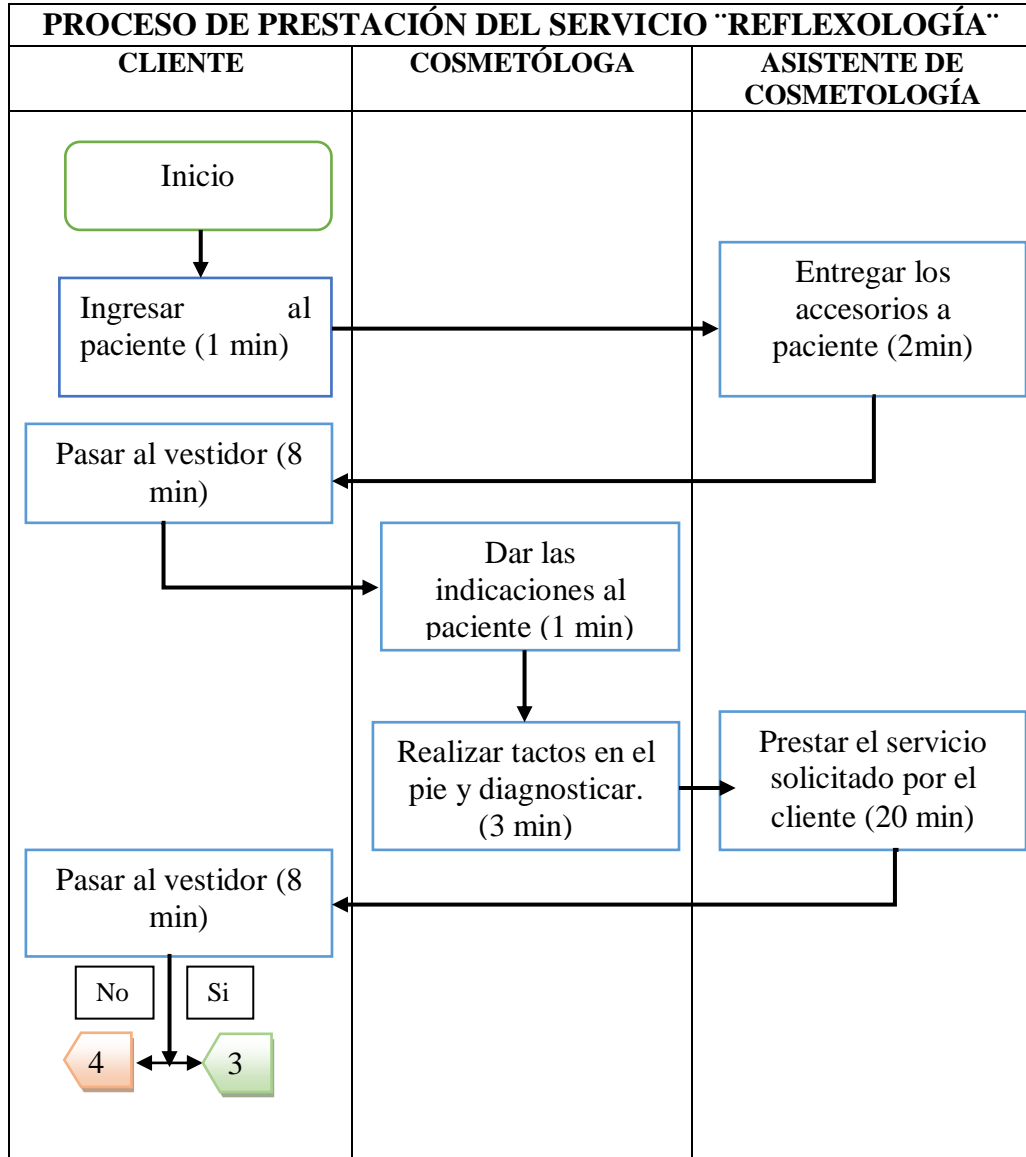


Elaborado por: El Autor
 Tratamiento con piedras calientes

1. Ingresa el paciente. (1 min)
2. Se le entrega los accesorios al paciente, (Bata, Toallas, Zapatillas). (2 min)
3. El paciente pasa al vestidor para cambiarse. (8 minutos)
4. Dar las indicaciones al paciente para prestar el servicio. (1 min)
5. Se calienta las piedras a temperatura adecuadas para prestar el servicio. (20min)
6. Se pregunta al cliente que música le gustaría que se ponga en el proceso del tratamiento, posteriormente comenzamos a los Masajes anti estrés (40 min)

7. El cliente procede a cambiarse (8 min)
8. Fin del tratamiento o prosigue a otro tratamiento.

Tabla 29 Flujo del servicio reflexología

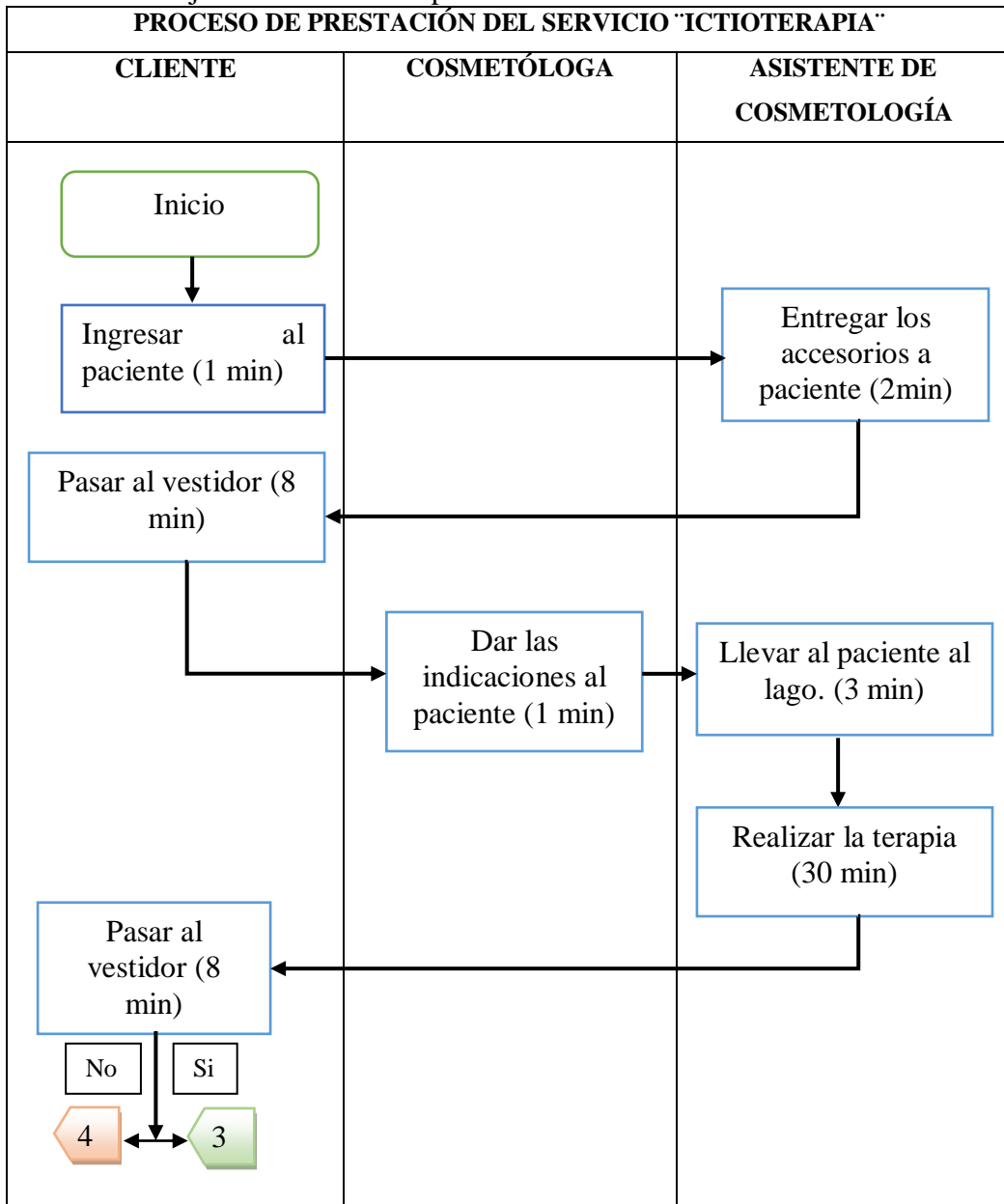


Elaborado por: el autor
Tratamiento Reflexología

1. Ingresa el paciente. (1 min)
2. Se le entrega los accesorios al paciente, (Bata, Toallas, Zapatillas). (2 min)
3. El paciente pasa al vestidor para cambiarse. (8 min)
4. Dar las indicaciones al paciente para prestar el servicio. (1 min)
5. Realizar el tacto en las zonas del pie para poder presentar el diagnóstico del paciente. (3 min)

6. Realizar el masaje (20min)
7. El cliente procede a cambiarse (8 min)
8. Fin del tratamiento o prosigue a otro tratamiento.

Tabla 30 Flujo servicio Ictioterapia



Elaborado por: el autor

Tratamiento Terapia Ictioterapia.

1. Ingresar el paciente. (1 min)
2. Se le entrega los accesorios al paciente, (Bata, Toallas, Zapatillas). (2 min)
3. El paciente pasa al vestidor para cambiarse. (8 min)

4. Dar las indicaciones al paciente para prestar el servicio. (1 min)
5. Llevar al paciente al lago (3 min)
6. Realizar la terapia (30min)
7. El cliente procede a cambiarse (8 min)
8. Fin del tratamiento o prosigue a otro tratamiento.

2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.

Infraestructura física.

- 60 m²

Aparatos tecnológicos.

- Computador
- Impresora
- Teléfono

Talento Humano

- Cosmetóloga
- Asistentes

Distribución de instalaciones

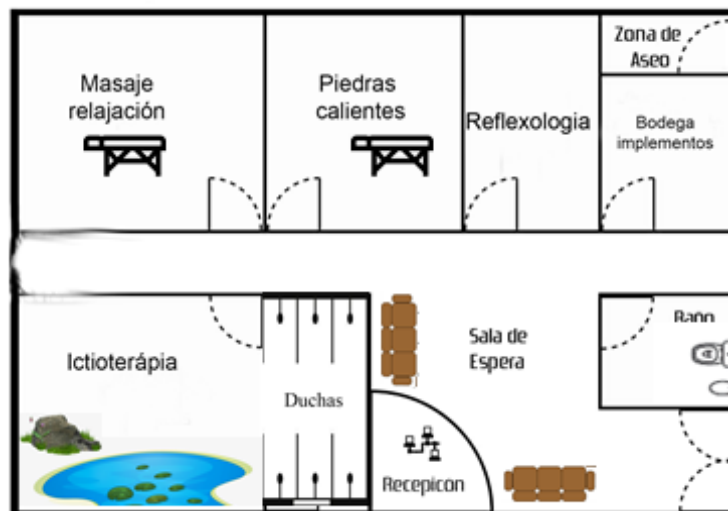


Imagen 6 Instalaciones

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

2.1.3 Tecnología a aplicar.

Con el fin de obtener un servicio de calidad, la empresa Hosteria Kumbha Mela Spa, invertirá a plazo en aparatos tecnológicos como son los masajeadores en sentidos de columna, manos y piernas para así poder controlar el ritmo de masajes y poder obtener un mejor resultado.

2.2 Factores que afectan el plan de operaciones

2.2.1 Ritmo de producción.

ACTIVIDAD	No PERSONAS	TIEMPO PROMEDIO	TIEMPO NORMAL	RITMO DE TRABAJO
Masajes	4	7.5 masajes Diarios por persona	12 horas	Alto

El cálculo obtenido de la tabla, se transformará a mensual obteniéndose qué; en un mes se efectúan 900 masajes (relajantes, piedras y reflexológicos) cada masaje tiene un tiempo promedio de 30 minutos

2.2.2 Nivel de inventario promedio.

El stock promedio ya que es un servicio será en los materiales que serán necesarios para la ejecución del trabajo y se detallara en el capítulo financiero

2.2.3 Número de trabajadores.

El número de trabajadores corresponde a cuatro personas 3 auxiliares y una persona supervisora en el área cosmetológica para brindar el respectivo servicio.

2.3 Capacidad de producción

2.3.1 Capacidad de Producción Futura.

Si se contara con la total disponibilidad de capital. La capacidad de producción sería de 935 masajes o servicios mensuales dando un total al año de: 11220 masajes

durante el primer año, de las diferentes terapias entre las cuales están, masajes relajantes, masaje con piedras y masaje reflexológico.

Tabla 31 Capacidad de producción

Capacidad de producción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Masajes relajantes	360	378	396	414	432
Masajes piedras	275	288,75	302,5	316,25	330
Masaje reflexológico	300	315	330	346	363
Total	935	981,75	1028,5	1076,3	1125

Elaborado por: el autor

2.4 Definición de recursos necesarios para la producción

2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

Las materias primas necesarias para generar el servicio son principalmente 5 variedades de aceites, y piedras volcánicas calientes

Tabla 32 Materias primas y materiales

Unidades	Materias Primas
3	Cuello de Ganzo
3	Camillas
20	Toallas
3	Batas
3	Taburete Giratorio
5	Mandil
3	Aceite Aloe Vera 55 grs
3	Aceite de Almendra 55 grs
3	Aceite Lavanda 100 grs
3	Aceite Sándalo
3	Aceite de Aguacate
kit	Piedras calientes

Elaborado por: el autor

Los proveedores de las mismas son empresas de la ciudad de Quito que ofrecen aceites par aromaterapias y masajes entre los cuales se puede mencionar LAVID, Y La Tienda del Químico.

2.5 Calidad

2.5.1 Método de Control de Calidad.

Para determinar un adecuado control de calidad, se efectuara un check list de las materias primas al momento de ser adquiridas, en las cuales se revisa, verifica el estado de los insumos que cuenten con registro sanitario fechas de caducidad, estado del producto, luego del mismo se monitorea un adecuado proceso de mantención en una área especial a temperatura ambiente que no provoque o limite el uso del insumo, los elementos o residuos que sean utilizados serán previamente reciclados para no dañar el medio ambiente ni contaminar el habitat, finalmente se pretende evaluar los materiales con una encuesta de satisfacción luego del servicio que el cliente calificara y dará sus comentarios generales sobre la sensación que tuvo del servicio.

2.6 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTA SU INSTALACIÓN.

2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional

Requisito para obtener el permiso sanitario

Para obtener el permiso sanitario se presenta en la Jefatura Provincial de Pichincha los siguientes requisitos:

- Certificado de uso del suelo
 - Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de control sanitario •
 - Comprobante de pago de patente del año 87
 - Permiso de funcionamiento del año anterior (original)
 - Certificado de salud
 - Informe de control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad
 - Copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada
 - Y que por último se presenten los formularios respectivos para la solicitud de este requisito
- Requisitos para obtener:

Título I DEL CONTROL SANITARIO Y PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

Capítulo I DEL CONTROL SANITARIO

Art. 1.- El control y vigilancia sanitaria es un conjunto de actividades específicas que de conformidad con la Ley Orgánica de Salud y más disposiciones reglamentarias está obligado a realizar el Ministerio de Salud Pública a través de sus dependencias competentes, con el propósito de verificar el cumplimiento de los requisitos técnicos y sanitarios de los establecimientos públicos y privados de servicios de salud, farmacéuticos, alimentos, establecimientos comerciales y otros en donde se desarrollan actividades de: atención de salud, producción, manipulación, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de productos destinados al uso y consumo humano.

Art. 2.- Son objeto de control sanitario:

- a) El abastecimiento de agua para uso y consumo humano;
- b) Los alimentos y bebidas, medicamentos, cosméticos, productos higiénicos y otros productos para uso y consumo humano;
- c) Los plaguicidas;
- d) Las sustancias tóxicas o peligrosas para la salud;
- e) Los establecimientos que realizan actividades que generan radiaciones ionizantes;
- f) Viviendas;
- g) Los sistemas de eliminación de excretas, aguas servidas y aguas pluviales;
- h) Disposición e industrialización de desechos;
- i) Fauna nociva y transmisora de enfermedades a los seres humanos; y,
- j) Polución y contaminación ambiental.

Art. 3.- Son controles sanitarios comunes aplicables a los establecimientos determinados en este reglamento los que se ejercen sobre:

105

- a) Instalaciones de desagües domiciliarios, alcantarillado central y pozos sépticos;
- b) Número y estado general de baterías sanitarias;
- c) Pisos, cielos rasos, ventilación, iluminación, enlucido de muros interiores y exteriores;
- d) Recolección y depósito de desechos;
- e) Tenencia de animales domésticos; y,
- f) Fauna nociva y transmisora de enfermedades a las personas.

Art. 4.- Son controles sanitarios específicos los que se ejercen sobre:

- a) Producción o fabricación, preparación, manipulación, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación, comercialización, dispensación, expendio, uso y consumo de los siguientes productos:
 - Alimentos, bebidas y aditivos alimentarios.
 - Cosméticos.
 - Dispositivos médicos.
 - Medicamentos en general.
 - Medicamentos homeopáticos.
 - Plaguicidas; y,

- Productos biológicos.
- Productos dentales.
- Productos higiénicos.
- Productos naturales procesados de uso medicinal.
- Reactivos bioquímicos y de diagnóstico.

b) Ubicación, construcción, instalaciones, equipos, maquinarias, personal y funcionamiento de los establecimientos que se describen en el Art. 20 del presente reglamento.

Estos controles se realizarán con inspecciones periódicas y de conformidad con lo dispuesto en los reglamentos específicos dictados por la autoridad sanitaria nacional.

Art. 5.- El organismo encargado del control y vigilancia sanitaria es el Ministerio de Salud Pública y lo realizará a través de sus diferentes dependencias técnicas competentes. El control del expendio de alimentos y bebidas en la vía pública lo realizará en coordinación con las municipalidades

Seguridad en el trabajo

Art. 117.- La autoridad sanitaria nacional, en coordinación con el Ministerio de Trabajo y Empleo y el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, establecerá las normas de salud y seguridad en el trabajo para proteger la salud de los trabajadores.

Art. 118.- Los empleadores protegerán la salud de sus trabajadores, dotándoles de información suficiente, equipos de protección, vestimenta apropiada, ambientes seguros de trabajo, a fin de prevenir, disminuir o eliminar los riesgos, accidentes y aparición de enfermedades laborales.

Art. 119.- Los empleadores tienen la obligación de notificar a las autoridades competentes, los accidentes de trabajo y enfermedades laborales, sin perjuicio de las acciones que adopten tanto el Ministerio del Trabajo y Empleo como el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Art. 120.- La autoridad sanitaria nacional, en coordinación con el Ministerio del Trabajo y Empleo y el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, vigilará y controlará las condiciones de trabajo, de manera que no resulten nocivas o insalubres durante los períodos de embarazo y lactancia de las mujeres trabajadoras.

Los empleadores tienen la obligación de cumplir las normas y adecuar las actividades laborales de las mujeres embarazadas y en período de lactancia.

Art. 121.- Las instituciones públicas o privadas cuyo personal esté expuesto a radiación ionizante y emisiones no ionizantes, están obligadas a proveer de dispositivos de cuidado y control de radiación y de condiciones de seguridad en el trabajo que prevengan riesgos para la salud.

El incumplimiento de esta disposición por parte de los empleadores, que ocasione daño a la salud del trabajador, dará lugar a la aplicación de la sanción determinada por la ley.

CAPITULO III

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1 Análisis estratégico y definición de objetivos

3.1.1 Misión

Brindar servicio de calidad a través de herramientas y métodos naturales, cuidando el bienestar y armonía de nuestros clientes, los cuales asegurarán su relajamiento.

3.2.2 Visión

Llegar hacer en el 2021 el primer centro de relajación en el Ecuador, reconocido por su gran equipo profesional que realiza técnicas y tratamientos naturales que busca un equilibrio físico, mental y espiritual de sus clientes.

3.1.3 Análisis FODA

Según (Valdez, 2005) dice que:

La matriz de análisis FODA, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz DAFO en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

A continuación se detalla la matriz FODA del presente proyecto:

3.1.3.1 Matriz DAFO

Tabla 33 Matriz DAFO

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ol style="list-style-type: none"> 1. La única empresa hotelera de la zona con servicio especializado en la tranquilidad y estabilidad emocional de la persona con técnicas relajantes. 2. Las instalaciones permiten tener un desprendimiento de la vida cotidiana. 3. Disminución de la tensión física y/ o mental de nuestros clientes 4. Atención personal a nuestros clientes. 5. Entorno y biodiversidad privilegiados. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No tener un registro de los clientes. 2. Falta de conocimiento de nuevas técnicas de relajación. 3. Compra de insumos para abastecimiento de la empresa, se realiza en la capital.
OPORTUNIDADES	FO	DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Expansión de territorio para la ejecución de prácticas de relajación. 2. Compra de nueva tecnología. 3. Reconocimiento Nacional e Internacional 4. Fuentes de trabajo para los habitantes de la zona. 5. Contacto directo con la biodiversidad del sector. 6. Capacitación hacia los colaboradores de manera continúa 	<p>(F2+O1) Aprovechar el espacio disponible para obtener más áreas de recreación con la naturaleza, teniendo consigo un contacto directo, se tendrá una expansión siempre y cuando se conserve en su mayoría la naturaleza del sector.</p> <p>(F1+O5) Empresa única que puede aprovechar la biodiversidad del sector.</p> <p>(F2+O3) Turista Nacional y Extranjero reconocen la biodiversidad y prefieren alejarse de la vida cotidiana.</p>	<p>(D2+O6) Capacitar al personal sobre las nuevas tendencias de técnicas de relajación de manera constante, para brindar un servicio de calidad y que nuestros clientes sientan la seguridad en las manos de nuestros colaboradores.</p>
AMENAZAS	FA	DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. EL incremento de la competencia por nuevas tendencias o innovaciones en los servicios que ofrece. 2. Deterioro del Medio Ambiente. 3. Poca publicidad turística por parte del Gobiernos Local como Nacional 	<p>(F1+A1) Posible incremento de nuevos competidores, destrucción del entorno. Desarrollo patentable del servicio.</p> <p>(F5+A2) Naturaleza amenazada por intervención del hombre. Adoptar como política de intervención (20%) y conservación (80%) del entorno.</p>	<p>(D1+A1) Competencia cotizada por la falta de un registro de clientes. Elaborar bases de datos.</p>

Elaborado por: el autor

La matriz de análisis DAFO permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan el mercado, y las fortalezas y debilidades que presenta Kumbha Mela & Spa.

3.2 Organización funciona de la empresa

3.2.1 Organigrama Estructural de la empresa.

A continuación se detalla el organigrama estructural de la nueva empresa

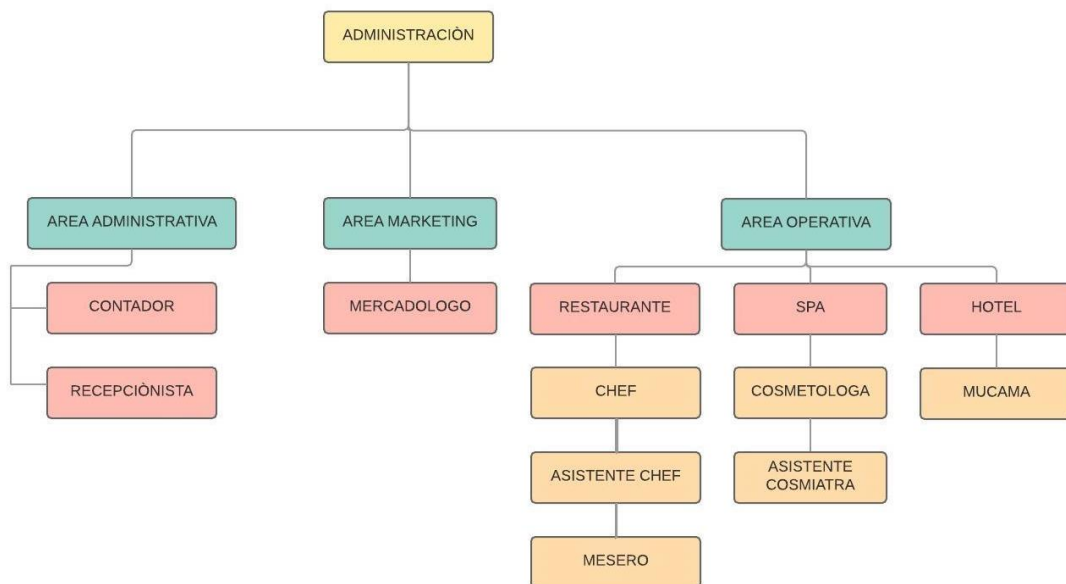


Grafico 17 Organigrama Estructural
Elaborado por: el autor

3.2.2 Organigrama funcional de la empresa.

A continuación se presenta el organigrama por funciones de cada área de la nueva empresa;

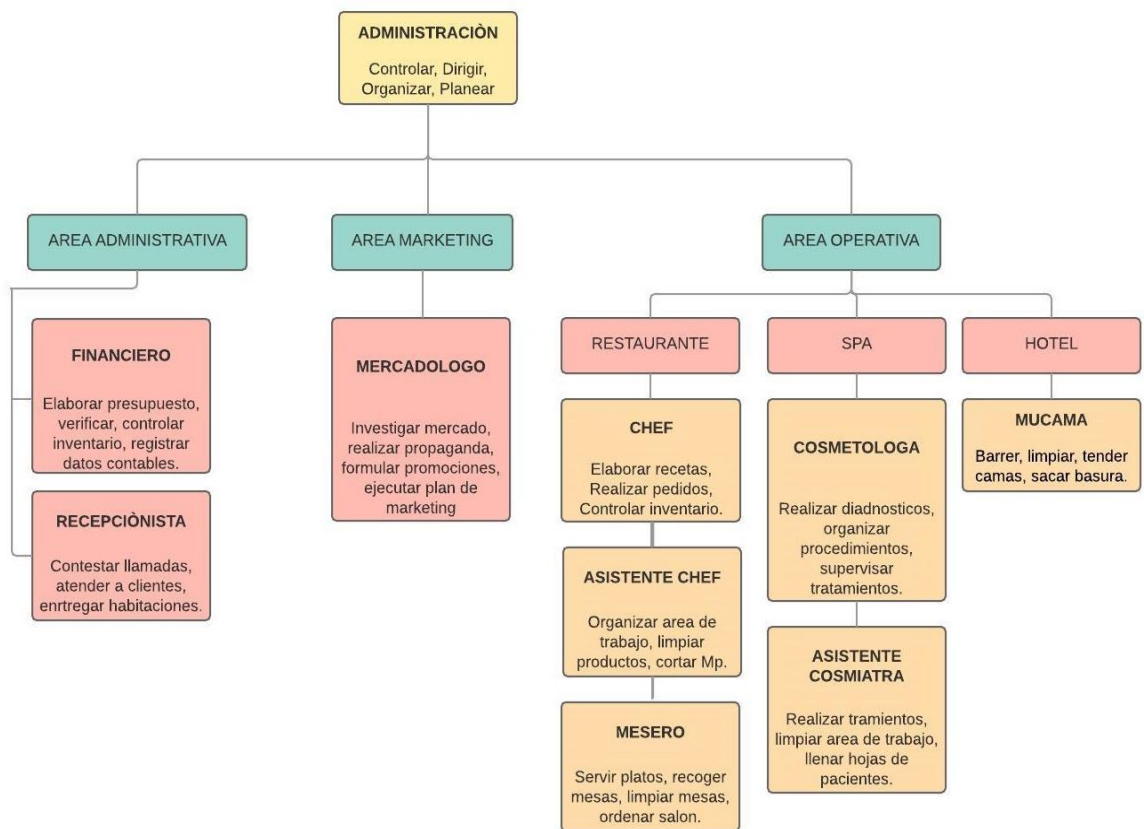


Grafico 18 Organigrama Funcional
Elaborado por: el autor

3.2.3 Descripción de cargos de la empresa.

A continuación se describen los cargos de cada uno de los integrantes de los distintos niveles jerárquicos de la organización

Tabla 34 Descripción cargos Administración General

I. INFORMACIÓN	
PUESTO	Administración General
SUPERVISA A	Área Financiera, Área Operativa, Área Marketing.
II NATURALEZA DEL PUESTO	
Planificar, organizar, dirigir y controlar todas aquellas actividades que se realizan en la Hostería Kumbha Mela & Spa, buscando así cumplir todo lo establecido por el bienestar de la empresa.	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un POA (Plan Operativo Anual) para el crecimiento de la Hostería y el bienestar de la misma. • Supervisar que todos los procesos se lleven a cabo de manera, responsable, puntual y correcta, donde se pueda verificar que el cliente se siente a gusto con el servicio que se le está prestando. • Llevar un control mensual de los estados financieros donde se analice y se dé soluciones si amerita el caso. • Realizar convenios con entidades públicas o privada para la prestación del servicio que brinda la Hostería Kumbha Mela & Spa. • Realizar el pago oportuno a sus colaboradores. • Realizar pagos que exige la ley (Decimos Terceros, Decimos Cuartos, Vacaciones, Pago del impuesto a la renta, permisos de funcionamientos) 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras
EXPERIENCIA	Haber trabajado en el sector turístico por lo mínimo 4 años.
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Ser un buen comunicador • Habilidad cuantitativas • Ser organizado, saber planear.

Elaborado por: el autor

Tabla 35 Descripción de cargos Financiero

I. INFORMACIÓN	
PUESTO	Financiero
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Administración General
II NATURALEZA DEL PUESTO	
Vigilar y controlar el presupuesto anual, a través de la utilización correcta de los registros contables.	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Programar el presupuesto anual de la Hostería. • Verificar la correcta programación del presupuesto. • Analizar, controlar, verificar todos los registros y presentarlos de manera mensual o cuando requiera la Administración General. • Elaborar todos los estados financieros. • Realizar todas las actividades relacionadas con el cierre del ejercicio del año. • Participar en el Plan Operativo Anual. • Ser el único responsable en ejecutar las transferencias bancarias. 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Contador CPA (Contador Público Autorizado)
EXPERIENCIA	2 años en el área financiera.
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Compromiso • Orientación a resultados • Negociación • Conocimiento y manejo de los sistemas presupuestales y contables.

Elaborado por: el autor

Tabla 36 Descripción de cargos Recepción.

I. INFORMACIÓN	
PUESTO	Recepción.
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Administración General
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Recibir a los clientes, proporcionando la información adecuada de nuestros clientes, siendo así esta la primera imagen de Hostería Kumbha Mela & Spa..	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el check-in y el check-out de los clientes. Pedir la documentación necesaria al cliente para la realización de una base de datos. • Proporcionar la información acerca de la Hostería Kumbha Mela & Spa. • Mantener un control de las personas que entran y salen del establecimiento usando la cortesía. • Resolver los posibles conflictos con los clientes como el uso de camas supletorias. • Facturar todas las consumiciones y servicios que haya consumido el huésped. • Tramitar las quejas y reclamaciones de los clientes. • Realizar labores de información turística y de información de servicios. 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Indistinto
EXPERIENCIA	1 año haber trabajado en Hosterías de preferencia de la Zona
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Compromiso • Cortesía • Conocimiento de herramientas informáticas.

Elaborado por: el autor

Tabla 37 Descripción de cargos Mercadólogo

I. INFORMACIÓN	
PUESTO	Mercadólogo
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Administración General
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Determinar las necesidades del mercado a través de la ejecución de un plan de marketing el cual contenga todas las herramientas necesarias para posicionar a la Hostería Kumbha Mela & Spa en todos los espacios publicitarios, siendo efectivos en la comunicación de nuestros servicios.	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un análisis del mercado. • Realizar estrategias sobre el manejo de redes sociales. • Posicionar el servicio en la mente del consumidor. • Elaborar un Plan de Marketing. • Generar estrategias de social media. • Generar estrategias de servicios promocionales ya sea para socios, proveedores, clientes y medios de comunicación. • Optimizar los recursos de la Hostería Kumbha Mela & Spa. 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Técnico en Mercadotecnia
EXPERIENCIA	2 años en el área de mercadotecnia.
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Compromiso • Orientación a resultados • Negociación • Conocimiento de redes sociales • Ventas

Elaborado por: el autor

Tabla 38 Descripción de puestos Chef.

I. INFORMACIÓN	
PUESTO	Chef
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Administración General
SUPERVISA A	Asistente de cocina
II NATURALEZA DEL PUESTO	
Velar por la satisfacción total del cliente, a través de la administración, organización, de todos los recursos que la cocina necesite.	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Crear menús acorde a la gastronomía del sector. • Supervisar la preparación de cada uno de los platos, como de la decoración del mismo. • Tener un control de todo stock de productos que se tiene. • Realizar el pedido de materias prima y herramientas para abastecer stock. • Realizar informes de pedidos y consumos, los cuales se utilizaran para la contabilización. 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Chef
EXPERIENCIA	Tener como mínimo en sector hotelero 2 años.
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Tener conocimiento de comida ecuatoriana. • Saber de presentación de platos a la carta. • Ser eficiente y eficaz con todos los recursos disponibles.

Elaborado por: el autor

Tabla 39 Descripción de puestos Asistente de chef

I. INFORMACIÓN	
PUESTO	Asistente de Chef
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Chef
SUPERVISA A	Ninguno
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Completar las funciones establecidas en la cocina siendo este puesto el principal soporte para la elaboración de cualquier tipo de plato que disponga en su momento el chef.	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener el área limpia. • Cortar y rebanar los productos que dicte el chef para su elaboración. • Mezclar los ingredientes. • Colaborar en la conservación de las materias primas y los productos de cocina. 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Estudiante, Chef
EXPERIENCIA	Indistinto
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de técnicas culinarias • Rápido y eficiente • Higiene • Comunicativo • Habilidoso con las manos y los dedos.

Elaborado por: el autor

Tabla 40 Descripción de cargos Mesero

I. INFORMACIÓN	
PUESTO	Mesero
JEFE INMEDIATO	Chef
SUPERVISA A	Ninguno
II NATURALEZA DEL PUESTO	
Servir de manera adecuada a los clientes que se sitúan en la cafetería o restaurante de manera cordial y respetuosa.	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Recibir a los clientes y acompañarles hasta la mesas. • Encargarse de la preparación de mesas y sillas, así como la disposición de los cubiertos. • Recoger el pedido de los clientes y transmitirlo a la cocina, de manera escrita y especificando el número de mesa. • Asesorar a los clientes, ayudarles a escoger y resolver sus cuestiones y dudas. • Atender y solucionar reclamaciones, en el caso de que se produzcan. • En el tiempo libre, también puede ocuparse del control y gestión del stock. • Realizar algunos trabajo de cocina sencillos, como bocadillos, desayunos y meriendas, dependiendo del tiempo que se disponga en el momento. 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Indistinto
EXPERIENCIA	Conocimiento básico de cocina.
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa y pro actividad • Orientación muy enfocada al cliente • Organizado • Flexibilidad

Elaborado por: el autor

Tabla 41 Descripción de puestos Cosmetóloga

INFORMACIÓN	
PUESTO	Cosmetóloga
JEFE INMEDIATO	Administración General
SUPERVISA A	Asistente Cosmiatra
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Implementar modernos y sofisticados métodos y técnicas de relajación, aplicados a la satisfacción completa del cliente, realizando consigo un minucioso plan anual a ejecutar con su departamento.	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un documento donde conste cada uno de los tratamientos que se procederán en la Hostería Kumbha Mela & Spa, donde este de igual manera se detalle el procedimiento de cada uno. • Realizar un análisis previo a cada uno de los pacientes, para que este sea síntoma de acoger o no el tratamiento. • Organizar la parte del Spa, designando tareas y responsabilidades a sus ayudantes. • Realizar registros de los avances durante el día. • Entregar reportes mensuales a la administración general. • Realizar detalle del stock. 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Cosmetóloga
EXPERIENCIA	Conocimiento de aparatología y tendencias naturales de relajación.
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Sentido de orden y limpieza • Puntualidad • Atención al cliente

Elaborado por: el autor

Tabla 42 Descripción de puestos Asistente Cosmiatra

I. INFORMACIÓN	
PUESTO	Asistente Cosmiatra
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Cosmetóloga
SUPERVISA A	Ninguno
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Cumplir con cabalidad cada uno de los procesos en la ejecución del servicio que necesita el cliente.	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar paso a paso el procedimiento del tratamiento. • Consultar cualquier novedad con la cosmetóloga a cargo. • Tener limpia su área de trabajo. • Llevar siempre limpio su uniforme de trabajo. • Tener un inventario de todo lo que dispone en su puesto de trabajo. • Llenar la hoja de resultado del paciente. 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Tecnóloga en Cosmetología.
EXPERIENCIA	Indistinto.
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Sentido de orden y limpieza • Puntualidad • Atención al cliente

Elaborado por: el autor

Tabla 45 Descripción de puestos Mucamas

I. INFORMACIÓN	
PUESTO	Mucamas
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Administración General
SUPERVISA A	Ninguno
II NATURALEZA DEL PUESTO	
Realizar l limpieza de las habitaciones dela Hostería, enviando toallas, sábanas, edredones sucios a lavandería, en caso que se requiera deberá apoyar en la limpieza del resto de la Hostería.	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Tocar la puerta antes de entrar. • Dejar el aviso en ala herradura de la puerta que indica "camarera en servicio". • Abrir ventanas para tener una mejor ventilación. • Verificar que la habitación no tenga ningún daño. • Sacar la basura del cuarto y el baño en fundas negras de plástico. • Despolvar la habitación. • Tender camas, en caso de que las sábanas, edredones, toallas, estén sucias deberán ser cambiadas. • Barrer, limpiar el piso. • Limpieza del baño con desinfectante. • Recoger las cortinas. • Poner ambientador. 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Bachiller
EXPERIENCIA	Indistinto
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones físicas • Ser ordenado • Manejar herramienta si necesita su trabajo. • Ser detallista y observadora • Ser honesto

Elaborado por: el autor

3.3 CONTROL DE GESTIÓN

3.3.1 Indicadores de gestión

Se pretende implementar indicadores para que estos sean de apoyo para poder medir cuantitativamente el cumplimiento de cada objetivo que la empresa Kumbha Mela & Spa tiene planteado.

Tabla 43 Indicadores de gestión

ÁREAS	INDICADORES
OPERATIVA	Listado de clientes
ADMINISTRATIVA	Estados Financieros Roles de pagos Pago a proveedores
ÁREA SPA	Número de pacientes atendidos. Listado de citas agendadas

Elaborado por: el autor

3.4 REQUERIMIENTOS DE PERSONAL

Para el presente proyectos se pretende la utilización del siguiente número de colaboradores administrativos y operativos.

Tabla 44 Requerimiento de personal

Cargo	# Personas
Gerencial	1
Secretaria	1
Comercialización	2
Mantenimiento y Limpieza Jardín y Piscinas	2
Mantenimiento y Limpieza Toboganes	1
Cajero	1
Área Alimentos	8
Guardianía	2
Contador	1
TOTAL DE PERSONAL	19

Elaborado por: el autor

CAPITULO IV

ÁREA JURÍDICO LEGAL

4.1. Determinación de la forma jurídica

La hostería spa está constituida como figura legal de compañía anónima la cual se acoge a lo citado por esta clase de compañías, es decir tiene más de dos accionistas, y que asimismo cumple con un capital mínimo de ochocientos dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

4.2 Patentes y Marcas

Requisitos para obtener el registro en Ministerio de Turismo

- Formularios CAT -001 y CAT-002 para la respectiva evaluación del establecimiento que la realiza un inspector de esta organización que trabaje por la zona que se encuentre el establecimiento.
- El supervisor/a dicta una fecha en el que serán uno o dos días laborables
- El Ministerio de Turismo realiza esta evaluación con la solicitud CAT -003
- Con todos los documentos del solicitante se procede al registro del establecimiento adjuntando la información anterior.
- Por último con el formulario CAT -007 se realizará la emisión del registro y el ingreso de toda la información

Requisitos para el registro en el IEPI con el nuevo logo

- Llenar la respectiva solicitud que otorga el IEPI
- Pago original de la tasa por registro de marcas
- El nombramiento del representante legal
- Si una marca tiene diseños se debe presentar con las etiquetas y el arte respectivamente
- Documento de prioridad
- Este trámite tiene una demora aproximadamente de 5 a 6 meses
- Se debe pagar también \$28 dólares, este pago se lo realiza una vez cada diez años

- Examen de registrabilidad de la marca
- El Director Nacional de Propiedad Intelectual niega o aprueba la marca

Requisitos para la obtención de la Patente Municipal

El plazo para la obtención de la patente es hasta el 31 de enero de cada año y los requisitos son:

- Formulario de inscripción de patente
- RUC (original y copia)
 - Cédula de identidad (original y copia)
- Copia de la papeleta de votación (últimas elecciones)
- Copia de la carta del impuesto predial del local en donde funciona el negocio
- En el caso de negocios que se dediquen a la venta de alimentos:
- Categorización (otorga este documento el departamento de control sanitario)
- Si el contribuyente artesano calificado anexar original y copia de la calificación del artesano

4.3 Detalle todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).

Requisitos para la obtención del formulario de categorización

- Solicitud dirigida al gerente de la empresa Crucitur
- Certificado otorgado por el Ministerio de Turismo
- Certificado de la Cámara Provincial de Turismo o del Capítulo Cantonal
- Patente Municipal
- Copia del RUC
- Lista de precios del establecimiento
- Hoja de la planta
- Certificado de pago de la licencia del año anterior.

Requisitos para la obtención del Permiso de Bomberos

- Uso del suelo
- Medidas de prevención de incendios, ambiental, estructural, sanitario y legal

- Todo café, bar o discoteca que supere los 200 m² de construcción debe cumplir con las siguientes condiciones:
- Plan de emergencia aprobado por el cuerpo de bomberos
- Una salida de emergencia por cada 200 personas
- Equipo de incendio necesario
- Extintores de 20 libras ubicados en lugares visibles
- Conexiones eléctricas y de gas en buen estado
- Alarma contra incendios con detectores de humo conectados a la fuente eléctrica
- normal y de emergencia
- Luces de emergencia que se encienden automáticamente al apagar la luz
- Requisitos para la obtención del uso del suelo
- Formulario elaborado por el propietario del proyecto y del arquitecto con la respectiva autorización municipal
- Escritura de adquisición del inmueble inscrito en el registro de la propiedad
- Certificado actualizado de hipotecas y gravámenes
- Informe de regularización metropolitana (IRM)
- Levantamiento topográfico actualizado del terreno con todos sus detalles físicos
- Memoria gráfica del proyecto conteniendo todos los datos técnicos que facilite su
- estudio y revisión
- Informes de factibilidad de agua potable, alcantarillado, energía eléctrica y telefonía
- Copia del pago del impuesto predial del año vigente
- Garantías del urbanizador por la ejecución de obras
- Cronograma valorado de obras
- Planos en detalles del arquitecto comunitario, áreas verdes.

Requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento de establecimientos farmacéuticos para uso humano.

Según el tipo de establecimiento en la sección 2.11 “Establecimientos Farmaceuticos homeopáticos del control sanitario, se dice que los requerimientos son los siguientes:

- Certificado de salud que labora en la empresa
- Lista de los medicamentos homeopáticos que se utilizarán.
- Plano de escala del establecimiento.

CAPITULO V
ÁREA FINANCIERA

5.1 PLAN DE INVERSIONES

A continuación se detalla el plan de inversiones del presente proyecto, el cual incluye todas los rubros en los cuales la empresa incurrirá para poder realizar el inicio normal de sus operaciones, así como le generación del servicio.

Tabla 45 Plan de inversiones

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS		\$10.078,30	\$11.670,30
EDIFICIOS			
1	Terreno (Propio)	\$8.000,00	\$8.000,00
INSTALACIONES Y ADECUACIONES			
1	Estructura		
3	Pintura	\$120	\$120
EQUIPO			
1	Equipo de sonido	\$100,00	\$100,00
3	Mesa auxiliar	\$50,00	\$150,00
3	Cuello de ganso	\$60,00	\$180,00
MUEBLES Y ENSERES			
3	Camillas	\$260,00	\$780,00
20	Toallas	\$28,00	\$560,00
3	Batas	\$35,00	\$105,00
3	Taburete Giratorio	\$65,00	\$195,00
5	Mandil	\$15,00	\$75,00
1	Juego de sala	\$700,00	\$700,00
EQUIPOS DE OFICINA			
2	Archivadores	\$60,00	\$120,00
1	Teléfono	\$30,00	\$30,00
1	Silla	\$110,00	\$110,00
1	Mesa Escritorio	\$90,00	\$90,00
SUMINISTROS DE OFICINAS			
	Materiales de oficina	\$45,30	\$45,30
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
1	Computadora	\$250,00	\$250,00
1	Impresora	\$60,00	\$60,00
ACTIVOS DIFERIDOS			
	Costos de constitución	0	0
CAPITAL DE TRABAJO		\$-	\$1.254,91
	Gastos Administrativos		\$1.164,91
	Gastos Financieros		\$-
	Gastos de Ventas		\$90,00
TOTAL		\$10.078,30	\$12.925,21

Elaborado por: El Autor

5.2 PLAN DE FINANCIAMIENTO

a) Forma de financiamiento

Tabla 46 Financiamiento

DESCRIPCIÓN	TOTAL (USD)	PARCIAL (%)	TOTAL (%)
Recursos Propios			
Efectivo	\$ 2.000,00	17,14	17,14
Bienes	\$ 8.000,00	68,55	68,55
Recursos de Terceros			
Préstamo Privado	\$ 1.670,30	14,31	14,31
Préstamo Bancario	\$ -	0	0
TOTAL	\$ 11.670,30	100,00	100,00

Elaborado por: El Autor

El 85% de los recursos para el presente proyecto serán financiados con recursos propios mientras que el 15% restante se lo hará mediante un préstamo privado.

5.3 CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

a) Detalle de Costos

Tabla 47 Cálculo de costos y gastos

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Mano de Obra Directa					
Especialista Cosmetóloga	\$	1	600	\$660,78	\$8.208,59
Insumos					
Aceite Aloe Vera 55 grs	unidad	3	20	60	720
Aceite de Almendra 55 grs	unidad	3	20	60	720
Aceite Lavanda 100 grs	unidad	3	20	60	720
Aceite Sándalo	unidad	3	30	90	1080
Aceite de Aguacate	unidad	3	30	90	1080
Piedras calientes	Kit	1	70	70	840
Mantenimiento					
Mantenimiento maquinas	1	1	35	35	420
COSTOS				\$1.125,78	13509,36

Elaborado por: el autor

b) Proyección de Costos

Para poder calcular la proyección de costos se refleja en la inflación, con un promedio de 5 años anteriores y lo proyectamos a 5 años después, al tener este dato encontramos que la inflación será del 3.01%, dato histórico obtenidos desde el 2012 al 2016.

Tabla 48 Proyección de Costos

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTOS		TOTAL AÑO 2017	COSTOS		TOTAL AÑO 2018	COSTOS		TOTAL AÑO 2019	COSTOS		TOTAL AÑO 2020	COSTOS		TOTAL AÑO 2021
		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE				
Masaje Anti estrés	360	x	\$360,00	\$4.320	X	\$370,84	\$4.450,03	x	\$382,00	\$4.583,98	x	\$393,50	\$4.721,96	x	\$405,34	\$4.864,09
Terapia de piedras calientes	150	x	\$150,00	\$1.800	X	\$154,52	\$1.854,18	x	\$159,17	\$1.909,99	x	\$163,96	\$1.967,48	x	\$168,89	\$2.026,70
Reflexología	360	x	\$360,00	\$4.320	X	\$370,84	\$4.450,03	x	\$382,00	\$4.583,98	x	\$393,50	\$4.721,96	x	\$405,34	\$4.864,09
Mantenimiento o maquinas	35	420	x	\$5.040	432,64	x	\$5.191,70	445,66	x	\$5.347,97	459,08	x	\$5.508,95	472,90	x	\$5.674,77
TOTAL (\$)				10.440			10.754			11.077			11.411			11.754

Elaborado por: El Autor

c) Detalle de Gastos

Gasto Administrativo

Tabla 49 Detalle de gastos

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Tecnóloga en Cosmetología (1)	\$	767,03	1	623,27	7.479,23
Asistente de Cosmetología (3)	\$	1.474,34	3	421,64	5.059,71
Servicio Básico: Agua	\$	25,00	1	25,00	300,00
Servicio Básico: Luz	\$	60,00	1	60,00	720,00
Teléfono convencional	\$	15,00	1	15,00	180,00
Uniforme personal	\$	30,00	3	20,00	60,00
TOTAL	\$	2.371,37	10,00	1.164,91	13.798,94

Elaborado por: El Autor

Los rubros correspondientes a los gastos administrativos están contemplados en los servicios básicos, gastos asistente de cosmetología, tecnóloga en tecnología, uniformes.

Gasto de Ventas

Tabla 50 Gastos de Ventas

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
GASTO DE VENTAS					
Redes Sociales	\$	30,00	1	40,00	480,00
Flyer	\$	25,00	1	30,00	360,00
Revistas	\$	35,00	1	60,00	720,00
TOTAL	\$	90,00	3,00	130,00	1.560,00

Elaborado por: El Autor

Los gastos de ventas corresponden a redes sociales difusión en revistas y flyers o volantes como publicidad del servicio spa de la hostería Khumba Mela.

d) Proyección de Gastos

Tabla 51 Proyección de Gastos

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	GASTOS		TOTAL AÑO 2017	GASTOS		TOTAL AÑO 2018	GASTOS		TOTAL AÑO 2019	GASTOS		TOTAL AÑO 2020	GASTOS		TOTAL AÑO 2021
		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE	
Asistente de Cosmetología	\$ 375,00	\$ 375,00	X	\$ 4.500,00	\$ 386,29	x	\$ 4.635,45	\$ 397,91	x	\$ 4.774,98	\$ 409,89	x	\$ 4.918,70	\$ 422,23	x	\$ 5.066,76
Asistente de Cosmetología	\$ 375,00	\$ 375,00	X	\$ 4.500,00	\$ 386,29	x	\$ 4.635,45	\$ 397,91	x	\$ 4.774,98	\$ 409,89	x	\$ 4.918,70	\$ 422,23	x	\$ 5.066,76
Asistente de Cosmetología	\$ 375,00	\$ 375,00	X	\$ 4.500,00	\$ 386,29	x	\$ 4.635,45	\$ 397,91	x	\$ 4.774,98	\$ 409,89	x	\$ 4.918,70	\$ 422,23	x	\$ 5.066,76
Servicio Agua Potable	\$ 15,00	\$ 15,00	X	\$ 180,00	\$ 15,45	x	\$ 185,42	\$ 15,92	x	\$ 191,00	\$ 16,40	x	\$ 196,75	\$ 16,89	x	\$ 202,67
Servicio de Luz Eléctrica	\$ 60,00	\$ 60,00	X	\$ 720,00	\$ 61,81	x	\$ 741,67	\$ 63,67	x	\$ 764,00	\$ 65,58	x	\$ 786,99	\$ 67,56	x	\$ 810,68
Servicio Telefónico	\$ 15,00	\$ 15,00	X	\$ 180,00	\$ 15,45	x	\$ 185,42	\$ 15,92	x	\$ 191,00	\$ 16,40	x	\$ 196,75	\$ 16,89	x	\$ 202,67
Uniforme del personal	\$ 20,00	\$ 20,00	X	\$ 240,00	\$ 20,60	x	\$ 247,22	\$ 21,22	x	\$ 254,67	\$ 21,86	x	\$ 262,33	\$ 22,52	x	\$ 270,23
Pago para redes sociales	\$ 30,00	\$ 30,00	X	\$ 360,00	\$ 30,90	x	\$ 370,84	\$ 31,83	x	\$ 382,00	\$ 32,79	x	\$ 393,50	\$ 33,78	x	\$ 405,34
Pago para flyer	\$ 25,00	\$ 25,00	X	\$ 300,00	\$ 25,75	x	\$ 309,03	\$ 26,53	x	\$ 318,33	\$ 27,33	x	\$ 327,91	\$ 28,15	x	\$ 337,78
Pago en anexos revistas	\$ 35,00	\$ 35,00	X	\$ 420,00	\$ 36,05	x	\$ 432,64	\$ 37,14	x	\$ 445,66	\$ 38,26	x	\$ 459,08	\$ 39,41	x	\$ 472,90

Elaborado por: el autor

Mano de obra

Tabla 52 Mano de Obra

Cargo	Sueldo	Aporte personal (9.35%)	Aporte patronal (11.15%)	Fondos de Reserva (8.33%)	Líquido a recibir	Decimo 13	Decimo 14	Vacaciones	Total a pagar	Cantidad	Total
Especialista Cosmóloga	\$600,00	\$56,10	\$66,90	\$49,98	\$660,78	\$50,00	\$31,25	\$25,00	\$767,03	1	767,03
Asistente 1	\$375,00	\$35,06	\$41,81	\$31,24	\$412,99	\$31,25	\$31,25	\$15,63	\$491,11	1	491,11
Asistente 2	\$375,00	\$35,06	\$41,81	\$31,24	\$412,99	\$31,25	\$31,25	\$15,63	\$491,11	1	491,11
Asistente 3	\$375,00	\$35,06	\$41,81	\$31,24	\$412,99	\$31,25	\$32,25	\$15,63	\$492,11	1	492,11

Elaborado por: el autor**Depreciación**

Lista de artículos para la depreciación.

Tabla 53 Depreciación

No	Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
1	Equipo de sonido	3 años	\$100,00	33,33%	\$33,33
3	Mesa	5 años	\$150,00	20%	\$30,00
3	Cuello de Ganzo	5 años	\$180,00	20%	\$36,00
3	Camillas	5 años	\$780,00	20%	\$156,00
20	Toallas	3 años	\$560,00	33,33%	\$186,65
3	Batas	3 años	\$105,00	33,33%	\$35,00
3	Taburete Giratorio	5 años	\$195,00	20%	\$39,00
5	Mandil	3 años	\$75,00	33,33%	\$25,00
1	Juego de sala	5 años	\$700,00	20%	\$140,00
2	Archivadores	5 años	\$120,00	20%	\$24,00
1	Teléfono	3 años	\$30,00	33,33%	\$10,00
1	Silla	5 años	\$110,00	20%	\$22,00
1	Mesa Escritorio	5 años	\$90,00	20%	\$18,00
1	Computadora	3 años	\$250,00	33,33%	\$83,33
1	Impresora	3 años	\$60,00	33,33%	\$20,00

Elaborado por: el autor

Depreciación de artículos mencionados.

Tabla 54 Depreciación de artículos mencionados

Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de sonido	\$66,67	\$33,34	0		
Mesa	\$120,00	\$90,00	60	\$30,00	30
Cuello de Ganso	\$144,00	\$108,00	72	\$36,00	\$-
Camillas	\$624,00	\$468,00	312	\$156,00	\$-
Toallas	\$373,35	\$186,70	0,1		
Batas	\$70,00	\$35,01	0		
Taburete Giratorio	\$156,00	\$117,00	78	\$39,00	
Mandil	\$50,00	\$25,01	0		
Juego de sala	\$560,00	\$420,00	280	\$140,00	
Archivadores	\$96,00	\$72,00	48	\$24,00	
Teléfono	\$20,00	\$10,00	0		
Silla	\$88,00	\$66,00	44	\$22,00	
Mesa Escritorio	\$72,00	\$54,00	36	\$18,00	
Computadora	\$166,68	\$83,35	0		
Impresora	\$40,00	\$20,00	0		
TOTAL	\$2.646,71	\$1.788,41	\$930,12	\$465,00	\$30,00

Elaborado por: el autor

La depreciación corresponde a materiales y herramientas para el proyecto, equipos de computación, maquinaria y equipos varios.

5.4 Cálculo de ingresos

Tabla 55 Ingresos

Servicios	Unidad de medida	Gasto mensual	Margen de utilidad		Ingresos mensuales	Unidades producidas	Precio de venta al público	Ingreso mensual	Utilidad bruta
			%	\$					
Masaje Anti estrés	unidades	\$1.294,91	300%	\$3.884,74	5.179,65	360	\$10,36	\$3.728,12	2.433,21
Terapia de piedras calientes	unidades	\$1.294,91	300%	\$3.884,74	\$5.179,65	275	\$10,36	\$2.847,87	1.552,96
Reflexología	unidades	\$1.294,91	300%	\$3.884,74	\$5.179,65	300	\$10,36	\$3.106,77	1.811,86

Elaborado por: el autor

Los ingresos corresponden a los servicios de spa, en los cuales se ofrecerá masajes anti estrés produciendo 360 masajes, 275 para terapia de piedras y 300 masajes para reflexología dando un total de 935 masajes por mes, alcanzando una utilidad bruta de 5798.03 dólares, a un precio de venta al público por masaje de 10,36 dólares

Precio de producción mensual servicios

Tabla 56 Precio de Producción mensual

Precio de producción mensual producto				
Costos mensuales	Gastos mensuales	Total Costos- Gastos	/ Número de unidades producidas mensual	Total
1125,78	1294,91	2420,69	935	2,59

Elaborado por: el autor

Precio venta al público

Tabla 57 Precio de venta al publico

Precio de venta al publico			
Precio de producción	* Utilidad %	Margen de utilidad	Total
2,59	300%	7,77	10,36

5.4 Proyección de ingresos

Tabla 58 Proyección de ingresos

Productos	Q	Precio Unitario	Total Año 1	Q	Precio Unitario	Total Año 2	Q	Precio Unitario	Total Año 3	Cantidad	Precio Unitario	Total Año 4	Cantidad	Precio Unitario	Total Año 5
Masaje Anti estrés	360	\$10,36	44.737,49	371	10,67	\$47.471,22	382	10,99	\$ 50.372,00	393	11,32	\$53.450,03	405	11,66	\$56.716,15
Terapia de piedras calientes	275	\$10,36	\$34.174,47	283	10,67	\$36.262,74	292	10,99	\$ 38.478,61	301	11,32	\$40.829,88	310	11,66	\$43.324,80
Reflexología	300	\$10,36	\$37.281,24	309	10,67	\$39.559,35	318	10,99	\$ 41.976,67	328	11,32	\$44.541,69	338	11,66	\$47.263,40

Elaborado por: el autor

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión Fija	-11670					
Capital de Trabajo	\$-1.254,91					
TOTAL INVERSIÓN	-12925,21					
Ingresos Operativos		37281,24	39559,35	41976,67	44541,69	47263,46
Ingresos no operativo		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Costos de producción		18126,71	17734,36	17356,04	17385,34	17459,64
Depreciación		2646,71	1788,41	930,12	465,00	30,00
Costos fijos		5040,00	5191,70	5347,97	5508,95	5674,77
Costos variables		10440,00	10754,24	11077,95	11411,39	11754,88
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		19154,54	21824,99	24620,63	27156,35	29803,81
(-) Gastos operativos		15538,94	16006,66	16488,47	16984,77	17496,01
Gastos Administrativos		13978,94	14399,71	14833,14	15279,62	15739,53
Gastos de Venta		1560,00	1606,96	1655,33	1705,15	1756,48
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		3615,60	5818,33	8132,16	10171,58	12307,80
(-) Gastos Financieros		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) UTILIDAD ANTES DE PL		3615,60	5818,33	8132,16	10171,58	12307,80
(-) 15% de PL		542,34	872,75	1219,82	1525,74	1846,17
(=) UTILIDAD ANTES DE IR		3073,26	4945,58	6912,34	8645,85	10461,63
(-) 25% IR		768,31	1236,39	1728,08	2161,46	2615,41
(=) UTILIDAD NETA		2304,94	3709,18	5184,25	6484,38	7846,23
Depreciación		2646,71	1788,41	930,12	465,00	30,00
FLUJO NETO DE CAJA	-12925,21	4951,65	5497,60	6114,37	6949,38	7876,23

Tabla 59 Flujo de caja

El flujo de fondos indica que para el primer año de operaciones el flujo de caja neta corresponde a 4951,65 dólares americanos, teniendo un incremento constante para el quinto año de funcionamiento de 7876,23 dólares.

Punto de equilibrio

Según menciona Baca (2000) el punto de equilibrio:

El análisis del punto de Equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre costos fijos, costos variables y beneficios. El punto de Equilibrio es el nivel de producción en que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables.

Para el cálculo del punto de equilibrio de la empresa es preciso tomar en cuenta los valores correspondientes a un año de actividad proyecta, para lo cual se ha considerado el primer año (1). El punto de Equilibrio de la empresa se lo calculó utilizando la siguiente fórmula:

$$\text{INGRESOS (VENTAS)} = \$34174,47$$

$$\text{PE} = \frac{5040}{1 - (870 \div 34174,47)} = \$ 5172 \text{ dólares}$$

Punto de equilibrio unidades físicas

$$\text{PE} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio Valor Unitario} - \text{Costo Valor Unitario}}$$

$$\text{PE} = \frac{5040}{3,05 - 0,08} = 1697 \text{ Unidades o servicios}$$

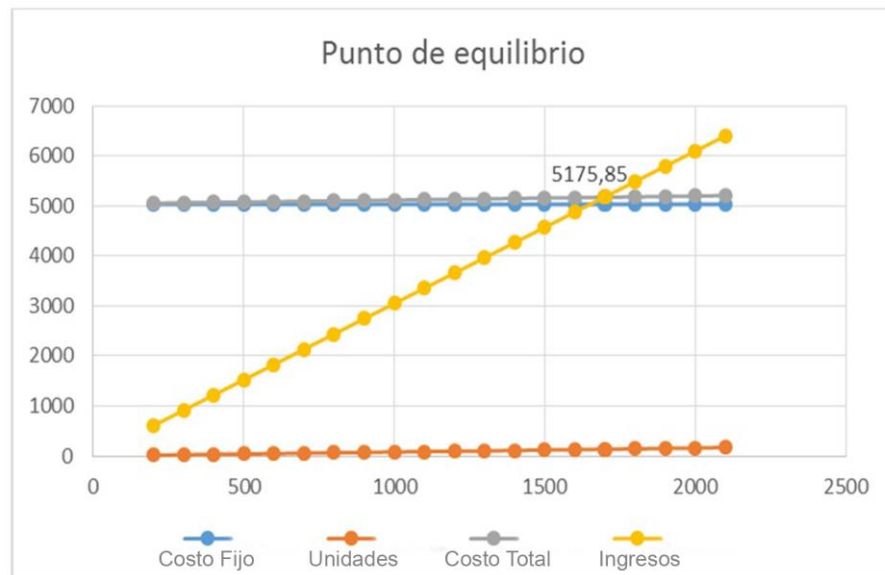


Grafico 19 Punto de Equilibrio
Elaborado por: el autor

El punto de equilibrio se obtiene a las 1697 unidades o servicios donde la empresa no gana ni pierde, a partir del siguiente servicio producido la empresa comenzara a percibir margen de utilidad, el punto de equilibrio en unidades monetarias corresponde a 5175,85 dólares americanos.

5.4 Indicadores Financieros

Valor Actual Neto

Para el cálculo del VAN se necesita tener la información sobre la TMAR es por ello que a continuación se detalla:

Tabla 60 Calculo de la Tmar

Concepto	Datos
Inversión total	-12.925,21
fn1	4.951,65
fn2	5.497,60
fn3	6.114,37
fn4	6.949,38
fn5	7.876,23
inflación (in)	3,01%
Tasa pasiva del banco central	4,96%
TMAR (i) =	8,12%

Elaborado por: el autor

Tabla 61 Calculo del VAN

El valor actual neto corresponde a 11611,65, al ser mayor a cero es positivo, por lo que es in indicador de viabilidad de la propuesta.

Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno (TIR) evalúa al proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

Tabla de Valor Actual Neto (VAN)				
No.	FNE	(1+i) ⁿ	FNE/(1+i) ⁿ	FNE A
0	-12.925,21		-12.925,21	-12.925,21
1	4.951,65	1,08	4.579,80	-7.973,56
2	5.497,60	1,17	4.702,91	-2.475,97
3	6.114,37	1,26	4.837,74	3.638,40
4	6.949,38	1,37	5.085,50	10.587,79
5	7.876,23	1,48	5.330,92	18.464,01
		Total	11.611,65	

VAN =	\$11.611,65
--------------	-------------

TIR =	35%
--------------	-----

$$TIR = -12925 + \frac{(4951,65)}{(1 + 0.0812)^1} + \frac{(5497,60)}{(1 + 0.0812)^2} + \frac{(6114,37)}{(1 + 0.0812)^3} + \frac{(6949,38)}{(1 + 0.0812)^4} + \frac{(7873,23)}{(1 + 0.0812)^5} = 35\%$$

La tasa interna de retorno corresponde al 35% siendo mayor que la tasa de descuento es del 8,12% indica que el proyecto es viable

Beneficio Costo

El análisis beneficio/costo es el resultado de la relación de los ingresos totales con los egresos totales de los flujos, indicando beneficio o pérdida por cada dólar invertido en el proyecto.

Tabla 62 Relación Costo beneficio

Relación costo beneficio			
Años	Inversión	Ingresos	Costos
0	-12925,21	0	0
1		37281,24	18126,71
2		39559,35	17734,36
3		41976,67	17356,04
4		44541,69	17385,34
5		47263,46	17459,64
ΣI	153.776,49 €	TASA DESCUENTO	
ΣC	65.228,27 €		
$\Sigma C + Inv.$	52.303,06 €	8,12%	
RBC	2,940		

Elaborado por: el autor

Por cada dólar invertido se obtiene 1 dólar con 94 centavos de ganancia a partir de este indicador

Periodo de recuperación

El Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) es el tiempo que se necesita esperar para recuperar la inversión inicial.

Tabla 63 Periodo recuperación de la inversión

Periodo recuperación inversión	
Flujo	flujo acumulado
4951,65	4951,65
5497,60	10449,24
6114,37	16563,61
6949,38	23513,00
7876,23	31389,22

inversión inicial	12925,21
ultimo flujo	5497,60
por recuperar	7427,61
PR años	1,351065976
PR= 1 +(1,35)	2 + (0,35*12meses)
PR=2,4	2+(0,2*30dias)
PR= 2 AÑOS 4 MESES 6 DÍAS	

Elaborado por: el autor

El periodo de recuperación de la inversión indica que la inversión se recupera a los 2 años 4 meses y 6 días respectivamente.

Razones Financieras

Tabla 64 Razón de Liquidez

ÍNDICES FINANCIEROS									
LIQUIDEZ									
					AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razón Corriente =	Activos Corrientes	=	12.925,21	=	2,26	2,33	2,40	2,47	2,54
	Pasivos Corrientes		5.720,49						

Elaborado por: **el autor**

El resultado significa que la empresa Khumba Mela dispone de 2 ,26 dólares para cubrir cada dólar de obligaciones corrientes o pasivos dentro del primer año de funciones.

La evaluación acerca de las razones de liquidez indica que la posición de liquidez de Kumbha Mela SPA es actualmente positiva, ya que al observar con el pasar de los años la liquidez supera a 1.

Rentabilidad

Tabla 65 Razón de rentabilidad

RENTABILIDAD									
					AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ROI=	Utilidad neta	=	4.951,65	=	38%	39%	41%	42%	43%
	Inversión inicial		12.925,21						

Elaborado por: el autor

Se puede observar que este indicador financiero mide la rentabilidad de la empresa durante el primera año sobre la inversión inicial correspondiendo al 38% de utilidad para este periodo teniendo un ascenso creciente para los próximos 4 años siendo un indicador de rentabilidad para la empresa.

CAPITULO VI

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

La creación del servicio SPA para la hostería Khumba Mela contribuirá a incrementar la demanda de la empresa con una mayor variedad de actividades que incluyen masajes relajantes, con piedras calientes, y reflexológicos por lo que es una gran oportunidad de mejorar las ventas y obtener mayores utilidades.

Por medio del estudio de mercado se pudo conocer que el 90% de la muestra le gustaría visitar Mindo, con mayor frecuencia por motivos de relajación y turismo haciéndolo casi siempre en pareja, y otras ocasiones en familia y grupo de amigos, buscando servicios de Spa, Piscina, turismo ecológico

Los servicios que mejor impacto tendrán dentro de la hostería para el área spa son masajes para reducir el estrés, relajación muscular, tonificación y nutrición de la piel, ya que el 100% estarían dispuestos a hospedarse dentro de la hostería si obtienen estos requerimientos dentro de la misma.

Según el estudio financiero la inversión total correspondiente a los activos fijos, diferidos y el capital de trabajo corresponde a 12925,21 dólares los mismos que serán financiados con capital propia representado por el 85% mientras que el 15% restante se recurrió a un préstamo privado.

La proyección de ventas determinó que se obtendrán al término del primer año una utilidad Neta de 4951 dólares que tendrá un crecimiento sostenido del 5% para los posteriores 5 años de labores, llegándose a producir un total de 1697 unidades. Además el punto de equilibrio indicó que se recuperaran los costos totales cuando se comercialicen 31698 unidades a un precio promedio de 3,05 dólares por servicio spa.

Según la evaluación Financiera el Valor actual Neto correspondido a 11611,55 mientras que la Tasa Interna de retorno arrojó un 35%, Finalmente el Periodo de

Recuperación de la inversión indico que el proyecto será recuperado en su totalidad a partir de los 2 años 4 meses y 6 días de funcionamiento siendo un proyecto viable.

Recomendaciones

Se recomienda al sector productivo empresarial privado impulsar el desarrollo de la matriz productiva con la expansión de sus negocios en el sector turístico para contribuir al crecimiento económico tanto del paisa así como de la organización ya que el turismo es creciente en el país y es un negocio de muy buen margen de rentabilidad.

Se recomienda a la hostería Khumba Mela impulsar el fomento de estudios futuros para llevar la marca spa a otros destinos del país ya que es una oportunidad de mercado alta para de esta forma competir y mejorar la calidad de sus servicios, así como la de innovar y diversificar los servicios para los clientes.

Se recomienda ejecutar el plan de negocios para implementar el servicio Spa, en la hostería Khumba Mela ya que el estudio determino la rentabilidad y viabilidad del mismo.

Finalmente se sugiere efectuar alianzas estratégicas con agencias turísticas como Bookin.com a través de la web para ofrecer paquetes y promociones especiales ya que es el medio más visitado para conocer información sobre servicios de alojamiento y hospedaje en el área de turismo.

Bibliografía

BACA (2000) *Administración integral hacia un enfoque de procesos*, Grupo editorial Patria, México

BRIED LIFE (2016) *llegada de turistas extranjeros al sector de Mindo*

EKOS, (2016) *Proyecciones PIB, 2015, ECUADOR*

ENEMDU (2014) *Encuesta Nacional de empleo y subempleo*

GALLEGO JESÚS (1991) *El masaje terapéutico*, Mándala ediciones, Madrid

HOSTERÍA KHUMBA MELA, MINDO

HOVER (1999) *El masaje energético curativo*, editorial Robinbook, Barcelona

INEC (2010) *Viajes totales por hogares nacionales*

INEC (2012) *Turismo gastos de viajes nacionales*

KOTLER, P. (2009). *Dirección de Marketing*. México: Prentice Hall.

KOTLER, P., & KELLER, K. (2009). *Dirección de Marketing*. Naucalpan de Juárez: Pearson.

LEY ORGÁNICA DE SALUD MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA (2012) normativa de salud y seguridad en el trabajo

M. WANG, P. TSAI, P. LEE, W. CHANG, Y C. YANG: (2008) «*The efficacy of reflexology: systematic review*», artículo en la revista *Journal of Advanced Nursing*, 62 (5), págs. 512-520. DOI: JAN4606

MINISTERIO DE TURISMO (2016) *Cifras turísticas del ecuador periodo 2016*

MINISTERIO DE TURISMO (2016) *permisos y trámites para funcionamiento de servicios Spa*

MINISTERIO DE TURISMO (2016) *Economía servicios turísticos.*

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 82013) *Objetivos estratégicos turismo y productividad*

SÁNCHEZ RIVAS (2012) *Belleza y salud*, Al puente Company, Madrid

VALDEZ (2005) *Planeación estratégica con enfoque sistémico*, México

ANEXOS

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICANA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS ECONÓMICAS

Estudio para la implementación del servicio de spa en la hostería Kumbha Mela en la parroquia de Mindo

Sexo:	M	<input type="checkbox"/>	F	<input type="checkbox"/>	Ciudad:.....	Nacionalidad:
Edad:	Correo:.....	E:	N:		

1.- ¿Le gusta visitar Mindo?

SI NO

2.- ¿Usted ha requerido hospedarse en el sector de Mindo al Noroccidente de la Provincia de Pichincha?

SI NO

3.- ¿A qué medios recurre usted para obtener información sobre servicios turísticos?

Booking.com	<input type="checkbox"/>	Tripadvisor.com	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>
Hoteles.com	<input type="checkbox"/>	Expedia.com	<input type="checkbox"/>		

4.- ¿Por qué razones usted visita Mindo?

Turismo	<input type="checkbox"/>	Relajarse	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>
Trabajo	<input type="checkbox"/>	Diversión	<input type="checkbox"/>		

5.- ¿Generalmente con quien viaja?

Solo	<input type="checkbox"/>	Amigos	<input type="checkbox"/>
Pareja	<input type="checkbox"/>	Familiares	<input type="checkbox"/>

6.- ¿Conoce establecimientos con servicio de alojamiento en el sector de Mindo? (Si su respuesta es SI pase a la Pregunta 7)

SI NO

7.- ¿De la siguiente lista de Hosterías en Mindo marque con una (x) las que usted conozca?

Terra Bambú	<input type="checkbox"/>	Mindo Garden	<input type="checkbox"/>	Hostería Kumbha Mela	<input type="checkbox"/>
El Carmelo	<input type="checkbox"/>	Mariposas de Mindo	<input type="checkbox"/>	Otras.	<input type="checkbox"/>

8.- ¿Qué servicios aparte de Hospedaje se fijaría antes de decidir en qué hostería hospedarse?

Terapias	<input type="checkbox"/>	Piscina	<input type="checkbox"/>	Turismo de aventura	<input type="checkbox"/>
Turismo Ecológico	<input type="checkbox"/>	Spa	<input type="checkbox"/>	Otras.	<input type="checkbox"/>

9.- ¿Conoce usted los beneficios que brinda el servicio de Spa?

SI NO

10.- De la siguiente lista de beneficios marque con una (x) las que usted conoce sobre los resultados que brinda el servicio de un Spa.

Reducción de estrés	<input type="checkbox"/>	Relaja los músculos	<input type="checkbox"/>	Reequilibra las energías	<input type="checkbox"/>
Reduce la hipertensión	<input type="checkbox"/>	Tonifica y nutre la piel	<input type="checkbox"/>	Mejora la angustia emocional	<input type="checkbox"/>

11.- ¿Conoce usted alguna Hosterías en Mindo que ofrezcan este servicio? (Si su respuesta es SI, indique el nombre de la hostería)

SI NO

12.- ¿Estaría dispuesto de hospedarse en la hostería Kumbha Mela si uno de sus servicios principales sería un spa para la relajación total de sus clientes?

SI NO

13.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de servicio de spa donde incluya uno de los tratamientos facial, Masaje y Terapia?

\$ 25 - \$ 35	<input type="checkbox"/>	\$ 36 - \$ 45	<input type="checkbox"/>
\$ 46 - \$ 55	<input type="checkbox"/>	\$ 56 - \$ 65	<input type="checkbox"/>