



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE TURISMO**

**“CAMPAMENTO TURÍSTICO ESPECIALIZADO EN LA PRÁCTICA DE TERAPIA  
HOLÍSTICA EN ATUNTAQUI, IMBABURA - ECUADOR”**

Proyecto de emprendimiento previo a la obtención del título de  
Licenciado en Turismo

**AUTORAS:**

**Ávila Esparza Odalis Alondra**

**Guamanzara Amaya Dámaris Pamela**

**DIRECTOR:**

**Echeverría Cachipueno Galo Oswaldo MSc.**

**IBARRA - 2023**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100322027-2 100462590-9		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Ávila Esparza Odalis Alondra Guamanzara Amaya Dámaris Pamela		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Atuntaqui, Bolívar y 4 de febrero Ibarra, Jacinto Egas y Ricardo Sánchez		
<b>EMAIL:</b>	oaavilae@utn.edu.ec dpguamanzaraa@utn.edu.ec		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>		<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0939623358 0992091093

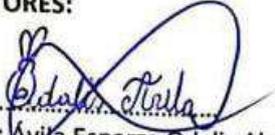
DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	CAMPAMENTO TURÍSTICO ESPECIALIZADO EN LA PRÁCTICA DE TERAPIA HOLÍSTICA EN ATUNTAQUI, IMBABURA - ECUADOR
<b>AUTOR (ES):</b>	Ávila Esparza Odalis Alondra y Guamanzara Amaya Dámaris Pamela
<b>FECHA: DD/MM/AAAA</b>	29/08/2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Lienciado en Turismo
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Echeverría Cachipueno Galo Oswaldo MSc.

#### 2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 13 días del mes de noviembre de 2023

**LOS AUTORES:**

(Firma).....  
Nombre: Avila Esparza Odalis Alondra  
100322027-2

(Firma).....  
Nombre: Guamanzara Amaya Dámaris Pamela  
100462590-9

## APROBACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Certifico que el Trabajo de integración Curricular “**CAMPAMENTO TURÍSTICO ESPECIALIZADO EN LA PRÁCTICA DE TERAPIA HOLÍSTICA EN ATUNTAQUI, IMBABURA - ECUADOR**”, ha sido realizado en su totalidad por las señoritas: Ávila Esparza Odalis Alondra, portadora de la cédula de ciudadanía número 100322027-2; y, Guamanzara Amaya Dámaris Pamela, portadora de la cédula de ciudadanía número 100462590-9; el cual cumple con las normas de redacción y procesos investigativos que validan el documento para ser presentado a defensa pública, por lo que autorizo que se sigan los tramites consiguientes.



.....  
**MSC Echeverría Cachipueno Galo Oswaldo**

**C.I 1713642666**

## DEDICATORIA

Para todas aquellas personas que, por azares del destino, han tenido que afrontar con dureza y desaire los diferentes caminos de la vida y, que, en el proceso, han perdido la conexión espiritual con su ser interior.

Es a todas esas personas, que necesitan fervientemente el anhelado reencuentro con su espíritu, el vibrante efecto de la plenitud energética y la sublime transfiguración del cuerpo en un ser superior, que dedico esta obra, esperando que pueda servir para cambiar vidas y ayudar a las almas a sanar.

*Alondra Ávila.*

La presente obra está dirigida a todos aquellos nuevos emprendedores que buscan de manera educativa o profesional tener una guía útil encaminada a la creación de un alojamiento turístico, el cual tiene como base fundamental no solo obtener réditos económicos, sino a su vez pensar en el bienestar físico, emocional y espiritual de los consumidores.

*Dámaris Guamanzara.*

## **AGRADECIMIENTO**

Quisiera expresar mi agradecimiento a la vida por traerme hasta este punto de la historia y al universo por haber conspirado a mi favor enviándome a personas y situaciones indicadas para llegar aquí. Mi contribución en este proyecto no habría sido posible sin el apoyo incondicional de mi querida Inés Arévalo, mis tías Melissa y Ximena, mi abuelita Paquita, mi compañero de vida Lenin y mis padres, todos ellos son personas que me han dado su aliento en los peores momentos durante mi camino de formación, sepan que los llevo en el corazón y que pronto verán su fe depositada en una mujer profesional, ética, humanista y exitosa.

Agradezco también a mis maestros, quienes me han guiado con calidez y amabilidad durante mi proceso de aprendizaje, gracias por iluminar mi entendimiento y permitirme ser centinela de su sabiduría.

Por último, y no menos importante, me agradezco a mí. A lo largo de la carrera se suscitaron varias situaciones duras que amenazaron con sacarme del camino, sin embargo, pese a las circunstancias estoy aquí, plasmando mi gratitud en mi trabajo de grado.

*Alondra Ávila.*

En primer lugar, a Dios que me ha dado la vida y la fuerza necesaria para continuar día a día más cerca de la meta, a mis padres, los cuales me han apoyado durante este proceso depositándome su plena confianza, a mis hermanos que han sido mi guía y ejemplo para no rendirse, a mis amigos cercanos quienes brindaron su apoyo y ánimo para que esto fuera posible.

A mis profesores que con sus grandes conocimientos a lo largo de esta etapa supieron guiarme, apoyarme y sobre todo enseñarme a ser valiente enfrentando los diferentes retos que la vida nos pone.

A todos los que hicieron esto posible mi más sincero agradecimiento estoy segura de que Dios les recompensará toda paciencia, esfuerzo y comprensión depositados en mí para el cumplimiento de este objetivo.

*Dámaris Guamanzara.*

## ÍNDICE

<b>APROBACIÓN DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.</b>	¡Error! Marcador no definido.
<b>ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>	¡Error! Marcador no definido.
<b>DEDICATORIA</b>	<b>v</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b>	<b>x</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b>	<b>xi</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>xv</b>
<b>CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO</b>	<b>14</b>
1.1 Delimitación y justificación del problema	14
1.1.1 Objetivo general	15
1.1.2 Objetivos Específicos	15
1.2 Propuesta de la idea de negocio	16
1.3 Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios	17
1.4 Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio	18
1.4.1 Situación macroambiental	18
1.5 Matriz Diagnóstica	21
<b>CAPÍTULO II FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b>	<b>26</b>
2.1 Fundamentos teóricos	26
2.1.1 Turismo	26
2.1.2 Tipos de alojamiento turístico	27
2.1.3 Campamento turístico	28
2.1.4 Espiritualidad	29
2.1.5 Turismo Espiritual	30
2.1.6 Turismo de bienestar	31
2.1.7 Terapia holística	31
2.1.8 Terapia energética	32
2.1.9 Terapias mente-cuerpo	33
2.1.10 Métodos de manipulación corporal	33
2.1.11 Terapias biológicas	33
2.1.12 Meditación	33
2.2 Fundamentación metodológica	34

2.2.1 Tipos de investigación .....	34
2.2.2 Métodos de investigación .....	36
2.2.3 Enfoque de la investigación.....	38
2.2.4 Técnicas de investigación.....	39
2.3 Fundamentación legal de la propuesta .....	40
<b>CAPÍTULO III PROPUESTA .....</b>	<b>46</b>
3.1 Estudio de mercado .....	46
3.1.1 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra .....	46
3.1.2 Instrumentos de recolección.....	48
3.1.3 Resultados y discusión .....	49
3.1.4 Segmentación de mercados .....	64
3.1.5 Clientes .....	65
3.1.6 Análisis de la demanda .....	66
3.1.7 Análisis de la oferta .....	67
3.1.8 Demanda insatisfecha .....	69
3.1.9 Demanda objetiva proyectada .....	69
<b>CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO .....</b>	<b>71</b>
4.1 Localización óptima del proyecto .....	71
4.1.1 Macrolocalización.....	71
4.1.2 Microlocalización .....	75
4.2 Capacidad instalada .....	78
4.2.1 Distribución de la planta .....	78
4.3 Ingeniería del proyecto.....	81
4.3.1 Productos y proceso.....	81
4.3.2 Maquinarias y equipos.....	99
4.3.3 Materia prima e insumos .....	108
4.3.4 Personal.....	110
4.3.5 Requerimientos específicos del proyecto .....	110
4.4 Inversión inicial .....	123
5.1 Estructura organizativa y administrativa.....	124
5.1.1 Misión.....	124
5.1.2 Visión .....	124
5.1.3 Políticas.....	124
5.1.4 Valores .....	125
5.1.5 Imagen corporativa (logo).....	126
5.1.6 Organigrama estructural.....	127

5.1.7 Organigrama Funcional .....	128
5.1.8 Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual.....	143
5.2 Propuesta comercial .....	145
5.2.1 Nombre comercial de la empresa, los productos o servicios. Logotipos, previstos o para embalajes, envoltorios, rótulos, señalizaciones .....	145
5.2.2. Canales de distribución .....	147
5.2.3 Publicidad tipo: escrita, folletos, periódicos, radio, campañas de promoción, paquetes de productos en oferta, otras promociones, marketing digital. ....	148
<b>CAPÍTULO VI ESTUDIO AMBIENTAL .....</b>	<b>153</b>
6.1 Evaluación de los impactos ambientales en la fase de operación del Campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística en Atuntaqui, Imbabura – Ecuador .....	153
6.1.1 Descripción .....	153
6.1.2 Introducción.....	153
6.1.3 Antecedentes .....	154
6.2 Identificar acciones y factores e impactos .....	156
6.3 Identificación de los impactos ambientales en la etapa de operación del Campamento Turístico y Holístico El Despertar .....	158
6.4 Determinación de la metodología.....	160
6.4.1 Método Conesa Simplificado .....	160
6.5 Escala interpretativa de valoración. ....	161
6.5.1 Algoritmo .....	165
6.5.2 Clasificación de rangos de impactos .....	165
6.6 Aplicación del método.....	162
6.7 Matriz Resumen.....	173
6.7.1 Resumen de la matriz de valoración.....	175
6.8 Jerarquización .....	175
6.8.1 Jerarquización de impactos positivos .....	175
6.8.2 Jerarquización de impactos negativos .....	176
6.9 Plan de manejo ambiental.....	178
<b>CAPÍTULO VII ESTUDIO FINANCIERO .....</b>	<b>183</b>
7.1 Capital de trabajo .....	183
7.2 Estados financieros proyectados: de situación inicial y de resultados .....	184
7.2.1 Balance inicial .....	184
7.2.2 Tabla de amortización .....	185
7.2.3 Costo de capital de la inversión .....	185
7.2.4 Flujo de caja del año 1 .....	186

7.2.5 Flujo proyectado a 5 años .....	189
7.2.6 Análisis y evaluación financiera (VAN y la TIR) .....	189
7.2.7 Punto de equilibrio.....	190
Conclusiones .....	192
Recomendaciones.....	195
Bibliografía.....	197
Anexos .....	200
Anexo 1. Árbol de problemas .....	200
Anexo 2. Matriz Diagnóstica.....	201
Anexo 3. Modelo de encuesta y entrevistas .....	206
Anexo 4. Aplicación de las encuestas .....	215
Anexo 5. Realización de los planos.....	216

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Fundamentación legal.....	41
<b>Tabla 2</b> Cálculo de la muestra encuesta .....	47
<b>Tabla 3</b> Segmentación .....	64
<b>Tabla 4</b> Demanda potencial .....	66
<b>Tabla 5</b> Servicios de la oferta.....	67
<b>Tabla 6</b> Oferta de alojamiento.....	68
<b>Tabla 7</b> Proyección de la demanda insatisfecha .....	69
<b>Tabla 8</b> Proyección de la demanda.....	70
<b>Tabla 9</b> Áreas dentro de la infraestructura presente en el terreno. ....	78
<b>Tabla 10</b> Áreas fuera de la infraestructura presente en el terreno. ....	80
<b>Tabla 11</b> Itinerario .....	96
<b>Tabla 12</b> Costo requerimiento recepción y administración.....	99
<b>Tabla 13</b> Yoga - meditación - manejo de la ira.....	100
<b>Tabla 14</b> Taller de artesanías.....	101
<b>Tabla 15</b> Cocina de interior .....	101
<b>Tabla 16</b> Comedor de interior.....	102
<b>Tabla 17</b> Baño de interior .....	102
<b>Tabla 18</b> Área de tiendas de campaña dobles.....	103
<b>Tabla 19</b> Área de cocina de leña.....	104
<b>Tabla 20</b> Área de cine camping.....	104
<b>Tabla 21</b> Área de fogata.....	105
<b>Tabla 22</b> Baño compartido .....	105
<b>Tabla 23</b> Área de spa.....	105
<b>Tabla 24</b> Área de baño de cajón y rituales.....	106
<b>Tabla 25</b> Bodega.....	106
<b>Tabla 26</b> Área de lavado y secado.....	107
<b>Tabla 27</b> Área de parqueadero .....	107
<b>Tabla 28</b> Suministros de trabajo.....	108
<b>Tabla 29</b> Suministros de oficina .....	108
<b>Tabla 30</b> Suministros de aseo para tres meses .....	109

<b>Tabla 31</b>	Personal de trabajo para el emprendimiento.....	110
<b>Tabla 32</b>	Requerimientos recepción y administración.....	110
<b>Tabla 33</b>	Requerimientos yoga - meditación - manejo de la ira .....	111
<b>Tabla 34</b>	Requerimientos Taller de artesanías.....	112
<b>Tabla 35</b>	Requerimientos Cocina de interior .....	112
<b>Tabla 36</b>	Requerimientos Comedor de interior.....	113
<b>Tabla 37</b>	Requerimientos Baño de interior .....	113
<b>Tabla 38</b>	Requerimientos Área de tiendas de campaña para pareja .....	113
<b>Tabla 39</b>	Requerimientos área de cocina de leña .....	115
<b>Tabla 40</b>	Requerimientos área de cine camping .....	115
<b>Tabla 41</b>	Requerimientos área de fogata .....	116
<b>Tabla 42</b>	Requerimientos baño compartido.....	116
<b>Tabla 43</b>	Requerimientos área de spa .....	116
<b>Tabla 44</b>	Requerimientos área de baño de cajón y rituales .....	117
<b>Tabla 45</b>	Requerimientos área de Bodega.....	117
<b>Tabla 46</b>	Requerimientos área de lavado y secado .....	117
<b>Tabla 47</b>	Requerimientos área de parqueadero.....	118
<b>Tabla 48</b>	Costo propiedad.....	118
<b>Tabla 49</b>	Costo instalación hidromasaje .....	121
<b>Tabla 50</b>	Costo instalación de tiendas .....	121
<b>Tabla 51</b>	Costo adecuación área de cine camping .....	122
<b>Tabla 52</b>	Costo adecuación baños de cajón .....	123
<b>Tabla 53</b>	Total de inversión .....	123
<b>Tabla 54</b>	Actividades del campamento turístico y holístico El Despertar .....	156
<b>Tabla 55</b>	Factores Ambientales.....	156
<b>Tabla 56</b>	Impactos generados por las actividades del emprendimiento.....	157
<b>Tabla 57</b>	Identificación de los impactos ambientales .....	158
<b>Tabla 58</b>	Variables ambientales .....	162
<b>Tabla 59</b>	Valoraciones .....	164
<b>Tabla 60</b>	Escala de rangos.....	165
<b>Tabla 61</b>	Aplicación del método .....	162
<b>Tabla 62</b>	Ocupación de tiendas de campaña.....	164
<b>Tabla 63</b>	Adecuación de infraestructura.....	166
<b>Tabla 64</b>	Ocupación de equipo de sonido.....	167
<b>Tabla 65</b>	Fuego de despojo energético.....	169
<b>Tabla 66</b>	Manejo y clasificación de residuos.....	170
<b>Tabla 67</b>	Concientización ambiental .....	171
<b>Tabla 68</b>	Resumen matriz .....	173
<b>Tabla 69</b>	Jerarquización de impactos positivos.....	175
<b>Tabla 70</b>	Jerarquización de impactos negativos .....	176
<b>Tabla 71</b>	Plan de manejo ambiental.....	178
<b>Tabla 72</b>	Trámites necesarios para el funcionamiento del establecimiento .....	183
<b>Tabla 73</b>	Servicios básicos para el establecimiento.....	183

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Tipos de alojamiento turístico.....	28
Figura 2	Tipos de terapias holísticas .....	32
Figura 3	Cruce de variables 1.....	49

Figura 4	Cruce de variables 2.....	50
Figura 5	Cruce de variables 3.....	50
Figura 6	Cruce de variables 4.....	51
Figura 7	Cruce de variables 5.....	52
Figura 8	Cruce de variables 6.....	52
Figura 9	Cruce de variables 7.....	53
Figura 10	Servicio complementario .....	54
Figura 11	Ambiente del emprendimiento.....	54
Figura 12	Acompañantes.....	55
Figura 13	Permanecia .....	55
Figura 14	Medios de infromación .....	56
Figura 15	Disponibilidad de pago .....	56
Figura 16	Ubicación de Imbabura en el mapa de Ecuador.....	71
Figura 17	Mapa de los límites del cantón Antonio Ante.....	72
Figura 18	División política del cantón Antonio Ante.....	75
Figura 19	Ubicación de la propiedad la Estancia.....	76
Figura 20	Visualización del terreno .....	76
Figura 21	Plano general del establecimiento.....	81
Figura 22	Plano de cocina y comedor .....	82
Figura 23	Plano de recepción.....	82
Figura 24	Plano taller de artesanías.....	83
Figura 25	Plano estudio de yoga .....	83
Figura 26	Plano área Spa.....	84
Figura 27	Plano área baños rituales y de cajón.....	84
Figura 28	Plano cocina de leña y bodega .....	85
Figura 29	Plano área de fogata y cine camping .....	85
Figura 30	Plano Garaje .....	86
Figura 31	Plano tienda de campaña Muladhara .....	86
Figura 32	Plano tiendas Anahata, Vishuddha, Ajna .....	87
Figura 33	Plano tiendas Svadhisthana y Manipura .....	87
Figura 34	Plano tienda Sahasrara .....	88
Figura 35	Área actual Spa .....	119
Figura 36	Áreas construidas.....	119
Figura 37	Hidromasaje .....	121
Figura 38	Imagen corporativa.....	126
Figura 39	Organigrama estructural.....	127
Figura 40	Organigrama Funcional .....	128
Figura 41	Funciones de administrador .....	130
Figura 42	Funciones de polifuncional recepción y camarería.....	132
Figura 43	Funciones de técnico de mantenimiento .....	134
Figura 44	Funciones de masajista yogui .....	136
Figura 45	Funciones psicoterapeuta .....	137
Figura 46	Funciones contador.....	139
Figura 47	Flujograma proceso de reserva.....	140
Figura 48	Flujograma entrega de servicio .....	141
Figura 49	Logo y Slogan.....	145
Figura 50	Canales de distribución .....	147
Figura 51	Google My Business.....	148
Figura 52	Sitio Web .....	148
Figura 53	Red social – Instagram.....	150

Figura 54 Red social – Facebook.....	150
Figura 55 Red social – WhatsApp.....	151
Figura 56 Mapa de ubicación.....	155
Figura 57 Balance inicial.....	184
Figura 58 Tabla de amortización.....	185
Figura 59 Costo de capital.....	185
Figura 60 Flujo de caja del año 1.....	186
Figura 61 Flujo proyectado a 5 años.....	189
Figura 62 VAN Y TIR.....	189
Figura 63 Punto de equilibrio.....	190
Figura 64 Gráfico punto de equilibrio.....	191

## RESUMEN EJECUTIVO

En el presente estudio de factibilidad se tiene en consideración varios aspectos importantes del emprendimiento, el cual muestra su ubicación, la descripción de los servicios ofertarse, entre otros. Tal es el caso de ser un campamento turístico especializado en la práctica de terapias holísticas dentro de la ciudad de Atuntaqui. En el mismo se estableció una misión donde se ofrece alojamiento turístico dentro de tiendas de campaña al aire libre en contacto con la naturaleza juntamente con terapias holísticas que favorezcan el bienestar y salud de las personas. Una visión la cual es ser un emprendimiento reconocido del turismo espiritual y de bienestar a nivel provincial en brindar una experiencia revitalizadora a huéspedes de la provincia de Pichincha, esto se pretende alcanzar por medio de diferentes estrategias las cuales son plasmadas en el presente documento. Esta se presenta como una idea de negocio innovadora debido a que en el sector de Atuntaqui no se ha evidenciado la presencia de establecimientos turísticos categorizados como campamento turístico. El hecho de agregar la práctica de actividades holísticas pensando así en el bienestar físico, emocional y espiritual de los consumidores, abre paso a ser considerada como una empresa nueva en el mercado. Para poder lograr este emprendimiento es necesario la inversión de \$128.878,00, se estima llegar al punto de equilibrio en el quinto año donde se podrá tener diversas estimaciones y ponderaciones que se verán reflejadas en el capítulo financiero del documento. Como conclusión del estudio realizado se puede ver plasmado que el proyecto es factible y viable tanto en el ámbito económico y ambiental, por esta razón se lo puede considerar como un emprendimiento capaz de ser puesto en marcha en la vida real sin ningún problema.

**Palabras clave:** tipos de alojamiento, campamento turístico, turismo espiritual, turismo de bienestar, terapia holística.

## ABSTRACT

This feasibility study takes into consideration several important aspects of the enterprise, which shows its location, the description of the services offered, among others. Such is the case of being a tourist camp specialized in the practice of holistic therapies in the city of Atuntaqui. A mission was established where tourist lodging is offered in outdoor tents in contact with nature along with holistic therapies that promote the well-being and health of people. A vision which is to be a recognized venture of spiritual tourism and wellness at the provincial level in providing a revitalizing experience to guests in the province of Pichincha, this is intended to be achieved through different strategies which are reflected in this document. This is presented as an innovative business idea because in the sector of Atuntaqui there is no evidence of the presence of tourist establishments categorized as tourist camps. The fact of adding the practice of holistic activities for the physical, emotional and spiritual wellbeing of the consumers opens the way to be considered as a new enterprise in the market. In order to achieve this enterprise it is necessary to invest \$128,878.00, it is estimated to reach the break-even point in the fifth year, where it will be possible to have different estimates and weightings that will be reflected in the financial chapter of the document. As a conclusion of the study carried out, it can be seen that the project is feasible and viable both in the economic and environmental fields, for this reason it can be considered as an enterprise capable of being implemented in real life without any problem.

**Key words:** types of accommodation, tourist camp, spiritual tourism, wellness tourism, holistic therapy.

## **CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO**

### **1.1 Delimitación y justificación del problema**

En el presente emprendimiento se ha delimitado como problemática la inexistencia de campamentos turísticos que permitan la prestación de servicios enfocados al manejo emocional y espiritual en Atuntaqui. Para la generación de este problema central se hallaron varias causas como que las autoridades cuentan con una escasa capacitación en turismo, lo que provoca una limitación en la visión del desarrollo turístico en la ciudad, puesto que los directivos cuentan con poco conocimiento necesario produciendo de este modo una insuficiente gestión turística.

La crisis sanitaria por Covid 19 ha causado también una crisis económica por el cierre de actividades comerciales. Al tomar como medida de seguridad el confinamiento, se ha producido el cese de actividades además de económicas, turísticas y de recreación lo que ha provocado un aumento de los niveles de estrés y desequilibrio emocional en los hogares de Atuntaqui. El mal manejo del ser interior podría desencadenar serios problemas de ansiedad, depresión, crisis emocionales hasta el suicidio.

El descuido y abandono de potenciales atractivos turísticos de la ciudad dificultan el desarrollo de actividades de esparcimiento y descanso, pues al no existir espacios de recreación con este contenido y las pocas facilidades turísticas causa el desconocimiento del visitante de otras propuestas atractivas, produciendo insuficiente estimulación en la población para el ofrecimiento de otras alternativas de visita en la ciudad.

La insuficiencia de alojamiento combinada con la escasez de espacios de recreación causa que la visita del turista sea muy corta. Los visitantes llegan a la ciudad para conocer únicamente la Fábrica Imbabura, pero desconocen que existen sitios y manifestaciones declarados Patrimonio Nacional del Ecuador

como la loma Pailatola y la fiesta popular de inocentes, inhibiendo el disfrute, la experiencia de visita y puesta en valor de Atuntaqui.

### **1.1.1 Objetivo general**

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística en Atuntaqui, Imbabura - Ecuador.

### **1.1.2 Objetivos Específicos**

- Determinar mediante un diagnóstico la situación actual de la ciudad de Atuntaqui, cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura.
- Delimitar la oferta y la demanda mediante un estudio de mercado.
- Describir las características del campamento turístico mediante un estudio técnico - administrativo.
- Diseñar estrategias de comercialización y marketing para el campamento turístico.
- Dimensionar los posibles efectos ambientales, sociales y culturales debido a la creación del emprendimiento a través de un estudio de impacto ambiental.
- Verificar la factibilidad y viabilidad del emprendimiento por medio de un estudio económico financiero.

## 1.2 Propuesta de la idea de negocio

En el presente documento se plantea el diseño de un emprendimiento turístico enfocado a la práctica de terapia holística en la ciudad de Atuntaqui. Esta propuesta junta el concepto general de un campamento turístico que ofrece el servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña, con prácticas físico-espirituales (*holísticas*) como el yoga, la meditación, terapias alternativas, y una amplia variedad de actividades que le permitan al visitante emprender un viaje a su interior y sanar conflictos internos que le impidan desarrollar su espiritualidad incrementando su nivel de bienestar y salud.

El sitio donde se establecerá este emprendimiento se trata de una residencia a las afueras de la ciudad de Atuntaqui llamada La Estancia, misma que cuenta con una amplia área de vegetación como árboles frutales, plantas medicinales y ornamentales, así como algunos animales de granja. Es un ambiente natural donde el cliente puede reestablecer su conexión con la madre naturaleza. Además de la zona del campamento donde se ubicarán las tiendas de campaña que posibiliten el descanso al aire libre, la residencia también dispone de facilidades exteriores, como un spa y una cocina de leña específicamente, donde los huéspedes puedan preparar sus alimentos. Todo esto con el fin de proporcionar al cliente un ambiente en el que se sienta cómodo, donde se llene de paz durante su transmutación espiritual y emocional.

La mayor parte de la población habita en centros urbanos donde se presentan problemas como la contaminación, el tráfico, la inseguridad, la monotonía, el estrés laboral y sumado a esto la tensión generada debido al confinamiento por Covid 19, aunque se han convertido en situaciones cotidianas no dejan de ser nocivas impactando negativamente en la salud de las personas. La idea de este emprendimiento surge a partir de la necesidad de brindar al cliente una alternativa que resuelva este dilema, donde se busca romper con esta dinámica y proveer a los visitantes un escape temporal en un entorno distinto. La visita al

campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística representa una desintoxicación energética de conflictos internos, desconexión con la energía vital, estrés, ansiedad y problemas que aquejan el bienestar de las personas.

Es importante aclarar que este emprendimiento se deriva del turismo espiritual, una rama de rápido crecimiento a menudo confundido con el turismo religioso. El segundo está inmerso en el primero, pero su principal enfoque son visitas a sitios con significado religioso, mientras que la modalidad espiritual persigue un objetivo más profundo, por ende, nuestro emprendimiento no va apegado a ninguna religión.

### **1.3 Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios**

El presente proyecto de emprendimiento aborda una idea novedosa con respecto a la prestación de servicios que ofrecen los campamentos turísticos tradicionales existentes en el Ecuador. Los alojamientos correspondientes a esta clasificación únicamente brindan una estadía típica de camping, con actividades ordinarias. No se ha evidenciado la iniciativa de innovación por parte de este tipo de establecimientos turísticos, incluso a nivel nacional, donde su visión sea más amplia y busquen nuevas alternativas de estadía donde no sólo se dé importancia a las ganancias económicas sino que se enfoquen por primera vez en el bienestar físico, mental y emocional de los visitantes.

De modo que, el diseño de un campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística, es una gran propuesta de innovación, que despertaría el interés de más de una persona, debido a que no es un alojamiento de camping común, sino que se preocupa por lograr que los turistas se reconecten con ellos mismos y con la naturaleza a su alrededor, donde puedan

sentir paz y dejar atrás todos aquellos desequilibrios emocionales y altos niveles de estrés que han recaído en la población por diversos factores del entorno.

La presente crisis sanitaria en todo el mundo; las medidas de bioseguridad, el distanciamiento y el confinamiento han llevado a expertos, profesionales y estudiantes en turismo al diseño, adecuación y creación de nuevas formas de desempeñar un viaje seguro, dejando así a un lado la experiencia de viaje en masas, enfocándose en la reactivación progresiva de las actividades turísticas principalmente en lugares alejados de las grandes urbes, donde se pueda compartir con un grupo limitado de personas.

Con base en lo mencionado, se ha visto pertinente el diseño del presente emprendimiento turístico que no sólo contribuye a la mejora del turismo local de Atuntaqui, sino a todo aquel que decida visitar, pernoctar y realizar las diversas actividades preparadas en este tipo de alojamiento al aire libre. El huésped podrá ser partícipe de enriquecedoras experiencias y nuevas sensaciones. En este establecimiento pionero en turismo espiritual a nivel provincial, quienes están viviendo una situación de estrés, desequilibrio emocional, ansiedad, inestabilidad, etc. podrán relajarse, liberar toda carga y encontrar una armonía perfecta en su interior aumentando así su salud mental y física.

## **1.4 Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio**

### ***1.4.1 Situación macroambiental***

#### **Político legal.**

En el ámbito político - legal. Para la implementación del emprendimiento se tomó en consideración las distintas leyes, artículos y objetivos vigentes en el país; estas se encuentran respectivamente en mencionados en la Constitución del Ecuador; Arts. 24, 66, 383. Ley de Turismo; Arts. 3, 5. Reglamento de

alojamiento turístico; Art. 12, 13, 14 alineándose así también a cumplir con el Objetivo; 1 del Plan de Creación de Oportunidades.

Todos estos aspectos políticos y legales dan paso a las formalidades y normas con las cuales debe cumplir el emprendimiento turístico, poniendo en marcha todo lo estipulado anteriormente. Sin embargo, cabe recalcar que en esta documentación formal también se menciona todo lo relacionado con la violación de cualquiera de estas normativas recibiendo así sanciones respectivamente según artículos emitidos por las mismas entidades.

### **Socio cultural.**

En la sociedad actualmente se presentan problemáticas típicas de la vida en el centro urbano, mismas que han impactado negativamente en la salud psicológica, emocional y física de las personas. El aumento de niveles de estrés, ansiedad, depresión y suicidios es evidente, pues el manejo de emociones es fundamental para hacer frente a esta dificultad.

La ubicación donde se piensa diseñar el emprendimiento cuenta con varias declaratorias principalmente en el ámbito patrimonial; pero lamentablemente no se promueve la realización de actividades de recreación y descanso; en donde se pueda sacar provecho de todas aquellas potencialidades turísticas que se tiene e impulsar a la sociedad a visitar esta ciudad no solamente por lo textil que ofrece. A la cultura ecuatoriana le atrae lo novedoso y lo diferente, son las dos características que abarca este innovador emprendimiento por tanto es previsible una respuesta favorable por parte de la sociedad.

### **Económico.**

Con respecto a este factor se puede decir que debido a la pandemia a nivel mundial ha existido un quebranto en las finanzas, razón por la cual se ha disminuido u olvidado el presupuesto destinado a realizar actividades turísticas, por tal motivo con el diseño del presente emprendimiento se espera ser un alojamiento flexible a la economía de las personas el cual pueda estar disponible para el bolsillo de los visitantes. Por otro lado, al diseñar un nuevo y diferente tipo de hospedaje turístico se atrae una mayor cantidad de posibles clientes que apoyen a los demás emprendedores y comerciantes de la ciudad.

### **Tecnológico.**

En este aspecto, en la actualidad la tecnología se ve muy inmersa en la vida de las personas por sus grandes aportes y beneficios para la humanidad. En el turismo ha sido una herramienta significativa al momento de realizar alguna reserva, conseguir información u orientarse en tiempo y espacio. Sin embargo, la gente pasa la mayor parte del tiempo pendiente de lo que ocurre en el mundo virtual a través de sus dispositivos tecnológicos, en lugar de preocuparse por lo que sucede en su propia vida.

La tecnología absorbe a la humanidad, pues ha generado cierta dependencia de ella, se pasa más tiempo conectada por medios virtuales, pero desconectada del presente. Todo esto lleva a las personas a cansarse de esta dinámica, la fatiga ocasionada por un mundo sobrecargado de tecnología puede aliviarse mediante algo tan sencillo como la desconexión del mismo. El campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística entiende esta problemática y pretende brindar un espacio renovador donde el huésped reconecte con su ser interior, y atienda necesidades internas; alejado de medios digitales, siendo necesario desconectar para conectar. Cabe aclarar que se hará

uso de herramientas tecnológicas únicamente para la promoción y difusión del emprendimiento.

### **Medioambiente.**

En el ámbito medioambiental se puede evidenciar el aporte de este emprendimiento debido a que es esencial la presencia del entorno natural para garantizar la sanación emocional y espiritual; esto a razón de que la espiritualidad surge a partir de la conexión que se tiene con aquello más allá del ser individual. Se ha vuelto característico del mundo moderno mirar a la Tierra por encima del hombro, sin darse cuenta de que está mordiendo la mano a quien le da de comer. Se ignora que existe una estrecha relación entre la naturaleza y el espíritu, por lo cual prestar atención a esta es un ejercicio espiritual.

No existe expresión más divina que la madre naturaleza, esto motiva al presente emprendimiento a reestablecer la conexión entre el visitante y la misma, pues al conectar con esta se fomentará el amor por el medio ambiente. Esta es una de las enseñanzas que el campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística pretende avivar en la conciencia del huésped, debido a que es imposible conectar con algo que no se ama y no se puede amar algo con lo que no se conecta.

### **1.5 Matriz Diagnóstica**

Santa Marta de Atuntaqui, comúnmente conocido como Atuntaqui, es la tercera urbe más grande y poblada de la provincia de Imbabura. Geográficamente se localiza en la región interandina a una altitud aproximada de 2413 m s. n. m., cuenta con un clima ligeramente frío de 16 °C. Es una ciudad conocida a nivel nacional por su industria textil, por tal razón es considerada

centro industrial de la moda. Al respecto, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Antonio Ante (2021) manifiesta:

Y es que, la bien ganada imagen de la ciudad industrial tiene como soporte el trabajo de cientos de familias locales, que dedican sus esfuerzos a la producción textil con exigentes innovaciones del mercado nacional e internacional. Ese sello que identifica a los atuntaqueños tiene su razón de ser, pues un hecho histórico marcó la pauta para su presente. El 6 de mayo de 1924 se colocó y bendijo la primera piedra para la construcción de la Fábrica Textil Imbabura, la cual fue el eje económico del cantón y país desde 1926 hasta los años 70. Pues fue un centro de comercio de hilos y telas de algodón; los mejores a nivel de Ecuador y sur de Colombia. (párr. 25-25)

Atuntaqui es una ciudad llena de historia, posee importantes recursos naturales y culturales. Posee una riqueza cultural muy importante ya que en este sector se asienta una parte del complejo de tolas del cantón. En tal virtud es una ciudad con buen contenido turístico, por lo que es apropiada para la creación de un establecimiento turístico referente a la modalidad del turismo espiritual.

Población de la ciudad de Atuntaqui. Según el censo 2010 emitido por la Instituto Nacional de Estadística y Censos, esta ciudad cuenta con una población de 23.299 en la cual 12.091 son mujeres que corresponden al 51,89% de los habitantes, a su vez posee 11.208 hombres ubicándose así con el 48,11%. La población económicamente activa (PEA) es de 10.864. También según datos censados, el nivel de educación mayoritario dentro de la parroquia Atuntaqui es el primario.

En cuanto a la cobertura de servicios básicos y complementarios igualmente basándose en datos proporcionados por el INEC se evidencia que el 98,87% de las viviendas cuentan con energía eléctrica, el 93,11% tiene acceso al agua

potable, en cuanto al alcantarillado se evidencia que el 62,20% lo posee, con referencia a la recolección de desechos en el 92,40% se lo realiza de forma adecuada, también podemos datar que el 41,28% de los hogares tiene telefonía fija, en cuanto a la móvil el 80,41% la posee, otro servicio importante es la conexión a internet el cual es de 10,60% en las viviendas atuntaqueñas. Como una observación podemos decir que en el sitio de estudio es inexistente el servicio de telefonía pública, factor que hay que tener en cuenta en la creación del emprendimiento turístico.

En cuestión de infraestructura, equipamientos generales y seguridad se puede mencionar que Atuntaqui en cuestión de transporte público posee dos cooperativas de buses la cuales son Flota Anteña como intercantonal y Orozcotola en el ámbito urbano, cinco cooperativas de taxis; Compañía de Taxis Convencionales Rutassanluis S.A., Compañía de Taxis Convencionales Contaxdomingo S.A., Compañía de Taxis Ejecutivos Paul Molina SA., Cooperativa de Transportes En Taxis Atuntaqui y Compañía de Taxis Natabuela S.A. Como oficinas bancarias tiene 5 entidades las cuales son Banco Pichincha, BanEcuador, Cooperativa Atuntaqui, Cooperativa Pilahuin Tio, Cooperativa San Antonio. Hospitales / centros de salud posee uno, oficinas públicas de apoyo empresarial uno, policía uno, parqueaderos dos y un mercado llamado Mercado Municipal de Atuntaqui.

Atuntaqui tiene proximidad a otros centros urbanos como son Ibarra y Cotacachi; para llegar a la ciudad de Ibarra se tiene una distancia de 9km con un tiempo aproximado de 17 minutos, para trasladarse a Cotacachi se tiene una distancia de 16km la cual consta de 21 minutos de recorrido, todos estos desplazamientos se los puede realizar a través de un bus intercantonal a través de una vía de primer orden.

Otro punto relevante a conocer acerca de Atuntaqui son las potencialidades turísticas cercanas que favorecen al emprendimiento y estas a su vez se dividen en naturales y culturales; como una potencialidad natural se encuentra el Bosque Polylepis el cual es un deslumbrante bosque milenario ubicado en las faldas del Imbabura donde se puede apreciar una vista espectacular de la ciudad. Como algo cultural se tiene al Complejo Cultural Arqueológico Pailatola, que constituye un reflejo de la lucha aborígen por la libertad, una huella de la historia, un legado de fortaleza. Las evidencias apuntan a que la Pailatola era un templo ceremonial, por lo que es un sitio icónico de interés arqueológico y cultural. También se tiene al Complejo Cultural Fábrica Imbabura, este emblema es un sitio turístico muy conocido a nivel nacional por lo que atrae a muchos visitantes, además constituye una de las paradas del Tren del Ecuador.

En cuanto a la competencia existe un emprendimiento enmarcado en lo tradicional llamado La Casa del Árbol, ubicado en la Calle García Moreno, Atuntaqui, brindan área de picnic, campamento, y realización de eventos, poseen un segmento de mercado el cual es personas de entre 20 y 50 años que requieran realizar eventos o celebraciones en la ciudad de Atuntaqui, tiene una capacidad de servicio para 20 personas. Una observación a tomar en cuenta es que en La Casa del Árbol se ofrecen muchos servicios además del campamento como fiestas de cumpleaños, celebración de 1ra comunión, fiestas de 15 años, cenas navideñas, etc.

Con respecto a las facilidades turísticas de acceso a la ubicación del futuro emprendimiento podemos mencionar que existe señalización, la cual está ubicada en las diferentes vías y caminos correspondientes. En cuanto a la señalética, actualmente se puede observar pertinente en sitios de interés cultural y arqueológico como el Complejo Pailatola. En la ubicación de mapas digitales es posible encontrar sin problemas esta ciudad gracias a herramientas como google maps. El estado de estas facilidades es bueno.

En Atuntaqui se practican pocas modalidades de turismo entre las cuales se tiene: Turismo de naturaleza; practicada en el verano donde se traslada a senderos ecológicos como el Bosque Polylepis. Turismo cultural; en el mes de junio se lo realiza en Complejo Cultural Arqueológico Pailatola, Santuario Señor del Santo Sepulcro, Iglesia de San Roque, Santuario de Nuestra Señora de Lourdes, Complejo Cultural Fábrica Imbabura. Turismo de aventura; se lo puede realizar en la Cascada Sisa Paccha. Debido a la creación del emprendimiento se podrá practicar dos modalidades de turismo diferentes a la habituales las cuales son: Turismo espiritual; el cual se basa en una variedad de motivaciones, que van desde el turismo religioso tradicional hasta la medicina alternativa y las formas de inmersión en la naturaleza. El turismo espiritual enseña a conocerse a sí mismos, a viajar al interior y a reconocer esa paz interna. Turismo de bienestar; tiene un enfoque holístico y psíquico para mejorar, prevenir, equilibrar aspectos físicos, mentales y espirituales.

Las poblaciones que serían beneficiadas por la actividad turística a realizarse son Andrade Marín y Atuntaqui, las cuales a su vez cuentan con declaratorias importantes: Expresada por el Ministerio de Educación, Cultura, Deportes y Recreación; El ministro de Educación, Cultura, Deportes y Recreación, Juan Cordero Íñiguez, emite el acuerdo ministerial N° 4121 con fecha 20 de septiembre de 2001 para declarar a la Fábrica Textil Imbabura "Bien perteneciente al Patrimonio Cultural de la Nación". El Ministerio de Cultura y Patrimonio; proclamó como Patrimonio cultural inmaterial la Fiesta popular de inocentes y fin de año en Atuntaqui, declarada el 11 de diciembre de 2007, mediante acuerdo ministerial nro. 35. El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural; En el mes de mayo del año 2004 se realizó un Convenio de Cooperación Interinstitucional entre el Gobierno Cantonal de Antonio Ante y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, para la ejecución del proyecto Recuperación y Puesta en Valor de la Paila Tola y su entorno. El 18 de diciembre del 2004, mediante acuerdo ministerial N° 4472 se hizo la declaratoria patrimonial de este bien y se elaboró la correspondiente ordenanza para su ocupación y uso. Estas declaratorias emitidas están actualmente vigentes.

Como aspectos que favorecen al negocio se enuncia que en 2007 el turismo espiritual fue considerado por la Organización Mundial del Turismo como el segmento de más rápido crecimiento, debido a que los seres humanos buscan cada vez más desarrollar su propia espiritualidad y descubrir la de los demás. Con base en lo anterior se evidencia que en el sector no hay emprendimientos turísticos con enfoque al descanso y sanación espiritual, además el efecto que ha causado la pandemia sobre las personas hace que busquen reconectar con su interior, escapar del estrés del confinamiento, aprender técnicas de manejo de emociones, etc.

Existen varios problemas identificados que limitan la implementación del negocio los cuales son: escasas facilidades turísticas; en el sector existen pocas facilidades que posibiliten la permanencia del turista en el centro receptor, como alojamiento, distracciones, amenidades. Limitado talento humano capacitado; el personal responsable del área turística no está certificado y no cuenta con conocimientos importantes para el desarrollo y prestación del servicio. Otro problema evidente; falta de acción, recuperación y promoción de sitios emblemáticos como la Pailatola por parte de las autoridades.

## **CAPÍTULO II FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.1 Fundamentos teóricos**

#### **2.1.1 Turismo**

El turismo es un fenómeno humano que comprende un amplio espectro de ámbitos como el económico, social, geográfico, cultural, etc. La OMT (1994) define al turismo como “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno natural por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos” (p.11). Es una industria de servicios prestados durante el desplazamiento y estadía de un individuo en un destino turístico como el

alojamiento, transporte, alimentación y entretenimiento con la finalidad de brindar una experiencia grata al turista.

Es el conjunto de viajes con variadas motivaciones como el placer, fines comerciales, profesionales, etc. en sitios donde no se resida. Los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo no están categorizados como turismo (Bormann, 1930). Existen distintas opiniones de autores que han conceptualizado al turismo, la mayoría está de acuerdo con que esta actividad productiva ha hecho aportes de toda índole. Es evidente que el turismo se ha convertido en un sector económico muy importante debido a su nivel de inversión, creación de fuentes de empleo, generación de divisas, distribución de ingresos económicos, difusión y valoración de atractivos culturales y naturales, y contribución al desarrollo regional.

### ***2.1.2 Tipos de alojamiento turístico***

El alojamiento y hospedaje es uno de los componentes del turismo encargado de brindar albergue al turista durante su estancia en un sitio distinto a su residencia. De acuerdo con el Ministerio de Turismo (2015):

El alojamiento es una actividad turística que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas, que consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros, para lo cual se considerarán los requisitos correspondientes a su clasificación y categoría. (p.3)

Aunque la actividad turística se compone de varios elementos el alojamiento turístico es indispensable para su correcto desarrollo y aprovechamiento. García y Olmos (2011) mencionan que “las empresas de alojamiento turístico se pueden definir como las empresas que se dedican de manera profesional y habitual a proporcionar hospedaje o residencia, mediante precio, a las personas que lo

demanden, con o sin prestación de otros servicios complementarios” (p.118). De acuerdo a lo mencionado a continuación se muestra la clasificación del alojamiento turística según su categoría. Según el reglamento de alojamiento turístico del Ecuador. Artículo 12.- Los tipos de alojamientos son:



Figura 1 Tipos de alojamiento turístico

### **2.1.3 Campamento turístico**

El campamento turístico es un tipo de alojamiento generalmente preferido por personas con especial motivación por realizar actividades al aire libre en sitios naturales. “El campamento es una experiencia recreativa al aire libre, que proporciona oportunidades especiales para la educación y el ajuste social a través de la vida en grupo” (Vigo, 1980, p.9). Son establecimientos donde se efectúan actividades recreativas que permiten a sus visitantes disfrutar del contacto profundo con la naturaleza. Es el espacio mágico que permite relacionar al hombre con la naturaleza, donde pone a prueba su capacidad de adaptación al medio (Ramírez y Thomas, 2014).

Los campamentos turísticos son establecimientos de alojamiento que cuentan con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje para pernoctar

en tiendas de campaña; cuyos terrenos están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre (Ministerio de Turismo, 2015). La vida en la ciudad es caótica, las personas viven apesuradas, sin tiempo para disfrutar del presente. En este escenario se presentan muchas problemáticas como el estrés laboral, la contaminación, la inseguridad, etc.

El hombre ha creado un mundo lleno de comodidades de la mano de la tecnología, llevando una vida trivial y sedentaria en la que no se practican actividades que favorezcan al crecimiento personal y espiritual, por lo tanto, la campamentación se constituye en la vivencia con la naturaleza para una reconexión con esta, con el ser interior y con el presente.

#### ***2.1.4 Espiritualidad***

Es complicado dar el significado de la espiritualidad en dos líneas. Algunos autores piensan que se trata de la capacidad de comprender lo que somos y el papel que desempeñamos en el mundo como seres humanos. Sin embargo, esta connotación puede resultar superficial y abstracta. Algo que nos diferencia de los demás seres vivos con los que compartimos la existencia terrenal es la vida espiritual. El ser humano tiene necesidades espirituales que le llevan a interrogarse sobre algunas cuestiones de la existencia.

La espiritualidad es la comprensión de la capacidad del espíritu humano por trascender las dimensiones de esta vida. Los seres humanos buscan alcanzar la felicidad plena, realizarse plenamente, conseguir el logro de sus aspiraciones y anhelos más profundos. De ahí que una espiritualidad que entra en conflicto con esas aspiraciones y anhelos es una espiritualidad destinada al fracaso (Castillo, 2008). Uno de entre tantos beneficios que trae el desarrollo espiritual es el de llevar una vida plena, al atender conflictos internos y sanar las heridas del alma

el mundo exterior cambia para bien convirtiéndose en un reflejo del estado espiritual.

La espiritualidad y sanación interior contribuyen al ser humano a encontrar el sentido de la vida, permiten comprender al mundo y la esencia de las cosas. Ayudan a trascender la individualidad y el egoísmo. El fin último es comprender la espiritualidad como un medio de desarrollo humano.

### ***2.1.5 Turismo Espiritual***

Existe una gran confusión entre el turismo espiritual y turismo religioso, es vital aclarar que son cosas distintas. El turismo religioso es una forma de turismo espiritual donde la principal motivación son aspectos de carácter religioso, como peregrinaciones o viajes con una connotación claramente asociada a una expresión de fe. Por otro lado el turismo espiritual son todos aquellos servicios turísticos encaminados a ofrecer paz interior, misticismo y tranquilidad en un ambiente de quietud.

Esta modalidad turística contempla no solo motivaciones de ocio y recreación sino que ofrece la experiencia de relajación y espiritualidad. Martínez (2009) afirma que el término se utiliza para hacer referencia a aquella clase de turista que “busca en sus viajes o desplazamientos además de aspecto de recreo, placer o culturales, conectar su mente y espíritu a través de la práctica de rituales de carácter místico” (p.13). El turismo espiritual se caracteriza por la realización de actividades que nos acercan al conocimiento de nuestro propio yo y a nuestro bienestar interior.

Estos viajes también buscan el perdón y alcanzar la paz interior. En 2007, el turismo espiritual fue considerado por la Organización Mundial del Turismo,

como la más rápida modalidad turística en crecimiento, debido a que las personas les interesa cada vez más desarrollarse espiritualmente.

### **2.1.6 Turismo de bienestar**

El turismo de bienestar también conocido como wellness por su traducción al inglés, responde directamente al estrés de la sociedad con ritmos, rutinas y hábitos de descanso, alimentación y ocio antinaturales. De ahí que el turista de bienestar busca aprovechar y disfrutar su tiempo, estar en armonía con el prójimo y el medio ambiente, y llevar un estilo de vida saludable, incluso cuando está lejos de casa. Al respecto el Ministerio de Turismo (2018) menciona que:

El turismo de bienestar tiene un enfoque holístico y psíquico para mejorar, prevenir, equilibrar aspectos físicos, mentales y espirituales. Ecuador posee innumerables espacios naturales que ofrecen múltiples opciones para que viajeros nacionales y extranjeros disfruten del turismo de bienestar en el centro del mundo entre montañas, llanuras, volcanes inactivos y destinos naturales que conquistan al continente. (párr.9)

En esta corriente turística se tiene la fiel creencia de que el medio ambiente tiene efectos terapéuticos muy positivos sobre la salud física y mental. Está estrechamente relacionada con la meditación, el yoga y demás actividades holísticas. El turismo de bienestar se enfoca en dar importancia a la salud tanto física como mental, emocional y espiritual.

### **2.1.7 Terapia holística**

La terapia holística es un peculiar tratamiento enfocado en sanar al ser humano en su totalidad, teniendo en cuenta el plano mental, físico, emocional y espiritual, en busca de una salud y bienestar óptimos. El objetivo principal de la terapia holística es lograr el equilibrio adecuado en todas las áreas de la vida

(Guerri, 2021). Los desequilibrios de cualquier ámbito perjudican la salud general. La terapia holística comprende que los factores principales que causan enfermedades físicas son la dieta, malos hábitos de sueño, el estrés, los problemas personales, el manejo de las emociones, etc.

Las terapias holísticas son terapias alternativas que buscan estimular el poder de sanación natural del organismo. En esta modalidad se considera al ser humano como una unidad del cuerpo, mente y espíritu, mientras que medicina tradicional que se ocupa únicamente de la parte física (Rossi, 2010). La medicina occidental se basa en el uso de medicamentos para aliviar cualquier dolencia, por su parte la medicina holística va más allá buscando aliviar la raíz de los problemas, entiende que las modificaciones en el estilo de vida deben considerarse como la principal alternativa para sanar y detener enfermedades.

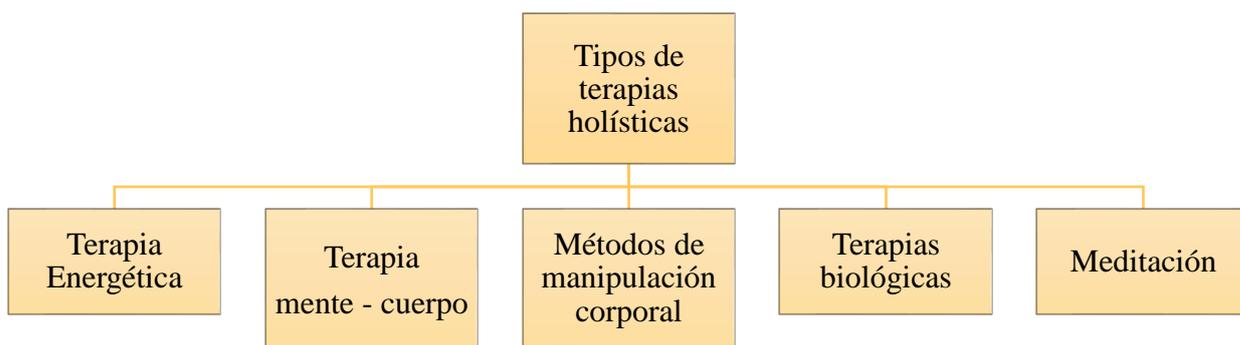


Figura 2 Tipos de terapias holísticas

### 2.1.8 Terapia energética

Aquí se trabaja sobre el comportamiento de la energía universal. La medicina tradicional China es la madre de todas las terapias energéticas, y como en todas ellas se parte de la afirmación de la existencia de una energía vital que fluye en todos los lugares, incluyendo en el interior de nuestro cuerpo, la energía. Acupuntura, terapia con imanes y reequilibrio de chakras, serian algunas de las terapias energéticas.

### **2.1.9 Terapias mente-cuerpo**

Estas prácticas buscan la integración e interacción entre la mente y el cuerpo, logrando así la salud física y emocional. Se destacan disciplinas como el Yoga, el Ayurveda y Tai chi.

### **2.1.10 Métodos de manipulación corporal**

Toda aquella terapia alternativa que se fundamente en la manipulación del cuerpo. El ejemplo más representativo son los masajes terapéuticos, masajes con ventosas, masajes con pindas, y la reflexología podal.

### **2.1.11 Terapias biológicas**

Son todas aquellas que utilizan algún componente natural. Principalmente la fitoterapia y el uso de plantas medicinales, también el uso de la alimentación para mejorar la salud en general y cada patología en particular. Remedios caseros y cualquier método médico o sanitario en el que se utilice algún elemento de la naturaleza (jarabes, zumos, infusiones, fangos, plastes).

### **2.1.12 Meditación**

La meditación es una terapia holística que utiliza la atención plena o enfoca la mente a los pensamientos o actividades para entrenar la conciencia y la atención para lograr la claridad mental y un estado emocional tranquilo. La meditación puede reducir la ansiedad, el estrés y el dolor. La meditación tiene muchos otros beneficios, como el aumento de la paz, el autoconcepto, la percepción y el bienestar general.

## **2.2 Fundamentación metodológica**

### **2.2.1 Tipos de investigación**

#### **2.2.1.1 Investigación bibliográfica**

Esta investigación es también llamada documental y según Matos (2020) “consiste en la revisión de material bibliográfico existente con respecto al tema a estudiar. Se trata de uno de los principales pasos para cualquier investigación e incluye la selección de fuentes de información” (párr.1).

Este tipo de investigación es aplicado en el presente emprendimiento con el fin de recolectar a través de diversas fuentes bibliográficas la información necesaria y pertinente, para conocer de una forma documental todos aquellos aspectos requeridos en el análisis de factibilidad para el diseño de un campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística.

#### **2.2.1.2 Investigación exploratoria**

Como una investigación que sirva para formular hipótesis se tiene a la exploratoria la cual Ortiz (2020), afirma que “corresponde al primer acercamiento a un tema específico antes de abordarlo en un trabajo investigativo más profundo. Se trata de un proceso para tener información básica relacionada con el problema de investigación” (párr.1).

En el presente proyecto es necesario gestionar la obtención de la información y comprensión del problema a tratar, de ahí que al realizar una investigación donde se pueda obtener un sondeo del por qué es necesario el diseño de un emprendimiento que piense en el bienestar espiritual del visitante, se logrará tomar decisiones que determinen si el campamento turístico especializado en la terapia holística, brindará el descanso y sanación espiritual que promete,

mejorando así la calidad de vida de las personas que han sido afectadas mentalmente por los diversos factores del entorno.

### **2.2.1.3 Investigación descriptiva**

En una búsqueda por realizar una descripción de lo que se va a estudiar con base en diversas características, la investigación descriptiva según Marroquín (2012), es “conocida como la investigación estadística, se describen los datos y características de la población o fenómeno en estudio. Esta nivel de Investigación responde a las preguntas: quién, qué, dónde, cuándo y cómo” (p.4).

Con esta investigación se logrará identificar y comprender los diversos elementos, características o a su vez requerimientos especiales que influyen en las personas al momento de preferir actividades turísticas al aire libre definiendo así cuales serían estas, asociándolas también con costos accesibles. Esto con el fin de presentar un panorama general que contribuya a definir si estas preferencias fomentarán de gran manera el cuidado mental y emocional de las personas.

### **2.2.1.4 Investigación de Campo**

Es de suma importancia contar con una investigación que ayude a tener una realidad del estudio, por esta razón Martínez (2012) afirma que:

La investigación de campo, está se caracteriza por orientarse a la búsqueda de información *in situ*, es decir, en el lugar que se presenta el tema a estudiar. Como está orientada al estudio directo de los acontecimientos en el lugar y tiempo en que ocurren, se convierte en la más indicada para indagar sobre los fenómenos que ocurren, tanto en la naturaleza, como en los procesos de carácter social. (p.87)

El presente emprendimiento cuenta con información primaria in situ del lugar de estudio la cual atribuye al proyecto más veracidad, brindando también una mayor seguridad y confianza en la obtención de datos. Por medio de esta investigación es posible comprender el espacio a estudiar obteniendo así de primera mano la documentación junto con requerimientos necesarios para poder cumplir a cabalidad con el proyecto de diseño de un campamento turístico en Atuntaqui. La población y a su vez el entorno serán los escenarios propicios para conocer la viabilidad y factibilidad de este emprendimiento especializado en la práctica de terapia holística.

## **2.2.2 Métodos de investigación**

### **2.2.2.1 Análisis documental**

Este método teórico es de gran importancia y se alinea a la investigación bibliográfica, Cruz (2005) menciona que:

El análisis documental es un trabajo mediante el cual por un proceso intelectual extraemos unas nociones del documento para representarlo y facilitar el acceso a los originales. Analizar, por tanto, es derivar de un documento el conjunto de palabras y símbolos que le sirvan de representación. (p.1)

Este análisis permitirá tener una amplitud de los conocimientos a través de la búsqueda de información en diversas fuentes bibliográficas como documentos, informes, revistas, etc. Las cuales brindan al proyecto un mayor alcance de la obtención de datos necesarios para analizar y estudiar, en este método también se pone en consideración todos aquellos términos teóricos necesarios a conocer durante la elaboración del proyecto.

### **2.2.2.2 Histórico – Lógico**

Este método abarca dos especificaciones que en conjunto brindan una mayor realidad de los antecedentes y una visión futura de lo que se va a estudiar, según Rodríguez y Pérez (2017) “lo histórico y lo lógico están estrechamente vinculados. Lo lógico para descubrir la esencia del objeto requiere los datos que le proporciona lo histórico” (p.189).

Por medio de este método se podrá conocer antecedentes de los cuales han surgido las limitantes para el diseño de alojamientos turísticos que se especialicen en la práctica de terapia holística. Este método también nos ayudará a hacer una comparación del presente con el futuro que queremos alcanzar gracias al campamento turístico, marcando así un antes y un después, si a futuro se ejecuta la implementación del mismo.

### **2.2.2.3 Inductivo – Deductivo**

En el presente método se fusiona lo inductivo y lo deductivo formando así un conocimiento más amplio con el cual se llegará posteriormente a una conclusión, Rodríguez y Pérez (2017) afirman que:

La inducción y la deducción se complementan mutuamente: mediante la inducción se establecen generalizaciones a partir de lo común en varios casos, luego a partir de esa generalización se deducen varias conclusiones lógicas, que mediante la inducción se traducen en generalizaciones enriquecidas, por lo que forman una unidad dialéctica. (p.188)

Con este método debido a la adquisición y recolección de información acerca de hechos reales se procederá a construir una idea generalizada de la situación a investigar la cual será la base para llegar a una conclusión que sea capaz de

solventar todas aquellas interrogantes o limitantes que se han puesto en consideración en el diseño del campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística.

#### **2.2.2.4 Analítico – sintético**

Con este método se obtendrá una información analizada y sintetizada, para Rodríguez y Pérez (2017) este método:

Tiene gran utilidad para la búsqueda y el procesamiento de la información empírica, teórica y metodológica. El análisis de la información posibilita descomponerla en busca de lo que es esencial en relación con el objeto de estudio, mientras que la síntesis puede llevar a generalizaciones que van contribuyendo paso a paso a la solución del problema científico.(p.87)

Este método posibilitará el análisis para la interpretación de los resultados que se obtendrán a través de la aplicación de las diferentes técnicas investigativas, permitiendo así concluir en una síntesis de lo indagado. Esto posibilita tener mayor claridad de todos aquellos datos adquiridos haciendo más fácil la lectura de los mismos, brindando también al proyecto las bases suficientes para llegar a una conclusión a partir de la información proporcionada con el uso de este método.

#### **2.2.3 Enfoque de la investigación**

Durante la elaboración de este proyecto se procederá a utilizar el enfoque mixto de investigación, el cual se comprende como una sinergia del cualitativo y cuantitativo. El propósito según Carhuancho y Nolazco (2019) “es obtener información completa del fenómeno en estudio, evidenciándose datos numéricos, porcentuales, en complemento o integrados con datos verbales,

textuales o visuales” (p.17), por medio de esto se obtendrá una información más profunda la cual será necesaria para este emprendimiento.

#### **2.2.4 Técnicas de investigación**

La utilización de varias técnicas de investigación será un pilar fundamental para medir si es viable la propuesta de emprendimiento en Atuntaqui.

##### **2.2.4.1 Observación**

Para Hurtado (2000) “La observación constituye un proceso de atención, recopilación, selección y registro de la información, para el cual el investigador se apoya en sus sentidos” (p.449).

Esta técnica se la aplicará al momento de analizar y registrar el estado actual en el que se encuentra el área donde se pretenderá diseñar el campamento turístico, recopilando información específica de la realidad del lugar.

##### **2.2.4.2 Encuesta**

Otra técnica es la encuesta y según Prieto (2009) “la encuesta es una técnica de investigación en la que se recopila información a una población o muestra de personas a través de un cuestionario. Las encuestas pueden ser: personales, por correo, por teléfono y mixtas” (p.77).

Las encuestas por aplicarse durante la elaboración de este emprendimiento estarán dirigidas a dos poblaciones, en primer lugar a las personas de 15 años en adelante que residan en el cantón Antonio Ante, como segunda población se tendrá a los visitantes de la parroquia Atuntaqui con una edad de 15 años en adelante que residan en las provincias de Imbabura, Carchi y Pichincha pertenecientes a la sierra norte del país.

### **2.2.4.3 Entrevista**

Esta técnica de investigación según Egg (1987) citado por Hurtado (2000) “supone la interacción verbal entre dos o más personas. Es una conversación en la cual, una persona (el entrevistador) obtiene información de otras personas (entrevistados), acerca de una situación o tema determinados con base en ciertos esquemas o pautas” (p.461). Generalmente esta técnica es aplicada frente a frente, pero es posible también ponerla en marcha a través de un medio electrónico el cual servirá para contactarse con los entrevistados.

Las entrevistas que se realizarán en el presente proyecto estarán dirigidas en primera estancia a Edwin González como Director de turismo del GAD Antonio Ante y la segunda será aplicada a la señora Ximena Esparza como Naturópata. Con estas entrevistas se busca conocer el pensar de estos dos importantes representantes que darán su criterio acerca de la factibilidad de este emprendimiento en la ciudad de Atuntaqui.

## **2.3 Fundamentación legal de la propuesta**

Para la fundamentación legal del emprendimiento propuesto se tomó en consideración las distintas leyes, artículos y objetivos vigentes en el país; estos se encuentran respectivamente mencionados en la Constitución de la República del Ecuador, Ley de Turismo, Reglamento de alojamiento turístico, alineándose así también a cumplir con el objetivo del Plan de Creación de Oportunidades. Todo ello se ha plasmado a través de la siguiente tabla.

**Tabla 1**  
*Fundamentación legal*

Norma	Artículos	Fundamentación
<b>Constitución de la República del Ecuador</b>	Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.	Los artículos 24, 66, y 383, se relacionan con el emprendimiento
	Art.66.- El derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios.	debido a que hacen alusión a los derechos que poseen las personas con respecto al tiempo libre, descanso y recreación. Con el campamento se
	Art. 383.- Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.	logrará diseñar un espacio donde se realice actividades turísticas de esparcimiento y que contribuyan al desarrollo de la personalidad de los visitantes.
	Art. 3.- Son principios de la actividad turística, a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;	Es evidente la relación de este artículo con el campamento turístico ya que el

---

**Ley de Turismo**

b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,

e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al

mismo es una iniciativa privada la cual de alguna manera contribuye a la generación de empleo y alude a la promoción local, nacional e internacional. Con el emprendimiento se busca mejorar y fomentar nuevos servicios para la satisfacción de los turistas.

Este artículo se vincula con el proyecto ya que en este se mencionan las actividades realizables que son consideradas como turísticas en el

---

---

turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito; d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento; e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y, f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables. territorio ecuatoriano. En el caso del emprendimiento a diseñar se pondrán en práctica la actividad de alojamiento.

---

Art. 12.- Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura.- Los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican en:  
h) Campamento Turístico CT.

En este artículo también se describe la conceptualización de cada tipo de alojamiento:

f) Campamento turístico.- Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña; dispone como mínimo de cuartos de baño y aseo compartidos cercanos al área de campamento, cuyos terrenos están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre. Dispone de facilidades exteriores para preparación

Los artículos 12 y 13 tienen una gran importancia y es notoria su relación con el emprendimiento ya que mencionan la clasificación, nomenclatura, especificaciones necesarias y categorización de los alojamientos turísticos en el Ecuador. Con respecto al Campamento Turístico o CT se menciona que tienen una categoría única y a su vez debe cumplir con

<b>Reglamento del Alojamiento Turístico</b>	de comida y descanso, además ofrece seguridad y señalética interna en toda su área.	ciertos lineamientos los cuales le otorgarán esta denominación.
	Art. 13.- Categorías según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico.- Es competencia privativa de la Autoridad Nacional de Turismo establecer a nivel nacional las categorías oficiales según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico y sus requisitos.	
	Campamento Turístico Categoría única.	
	Art. 14.- Autorización para la construcción y adecuación de edificaciones destinadas a alojamiento turístico.- El Gobierno Autónomo Descentralizado competente será la entidad que en su jurisdicción aprobará los planos definitivos y autorizará la construcción y/o adecuación de edificaciones destinadas al alojamiento turístico, en concordancia con los planes de ordenamiento territorial y zonificación local. Las modificaciones y/o adecuaciones que pudieren afectar o alterar la clasificación y/o categorización del establecimiento de alojamiento turístico ya registrado, deberán ser notificadas a la Autoridad Nacional de Turismo por medio de su herramienta digital, en un plazo máximo de treinta días contados a partir de la modificación, para 14 su	Este artículo se asocia con el campamento ya que al ser un nuevo alojamiento es necesario y adecuado contar con la autorización de autoridades pertinentes, las cuales permitirán la construcción o adecuación de establecimientos turísticos.

---

actualización. En caso de no dar cumplimiento a la disposición de este inciso, se aplicarán las sanciones establecidas en la Ley de Turismo y demás normativa vigente.

---

**Plan de Creación de Oportunidades**

Objetivo 1.- Incrementar y fomentar de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborables.

El proyecto se vincula con este objetivo ya que en él se procura promover el trabajo digno y las óptimas condiciones laborables, se debe aprovechar de forma eficaz la infraestructura donde se brinde servicios de calidad de manera que se pueda dinamizar la economía tanto local como a nivel nacional.

---

*Nota.* Descripción de la normativa legal con base en artículos y objetivos esenciales para el diseño del campamento turístico.

## **CAPÍTULO III PROPUESTA**

### **3.1 Estudio de mercado**

#### **3.1.1 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra**

##### **3.1.1.1 Población**

Antes del muestro es necesario identificar la población de donde se obtendrán los valores necesarios para proceder a realizar un cálculo de la muestra, para Rustom (2012):

La población corresponde a la totalidad de los valores de una característica medida en el conjunto de los individuos que son de interés en un cierto estudio y para los cuales se obtendrán las conclusiones respecto a tal característica, es decir, es el espacio muestral. (p.95)

Esta población es seleccionada previamente de un universo el cual Rustom (2012, p.11) menciona que es el “conjunto de individuos de nuestro interés o estudio” en forma sintetizada se puede decir que el universo comprende una totalidad y está constituido por una variedad de poblaciones que el investigador seleccionará según su criterio de estudio en el proyecto.

##### **3.1.1.2 Muestra**

En primera estancia se debe aclarar que la muestra se deriva de la población seleccionada con anterioridad por ende para Porras (2017) “una muestra es cualquier conjunto de  $n$  unidades tomadas a partir de una población, tiene que ser representativa y sus características deben reflejar las de la población” (p.4). Existen dos tipos de muestreos el probabilístico y el no probabilístico, estos a su vez cuentan con sus respectivos métodos.

Para la elaboración de este proyecto se procederá a utilizar el muestreo probabilístico aleatorio estratificado el cual según Porras (2017) “implica dividir a la población en clases o grupos, denominados estratos. Las unidades incluidas en cada estrato deben ser relativamente homogéneas con respecto a las características a estudiar” (p.5). La muestra utilizada fue de forma aleatoria, todas las personas que formen parte de las poblaciones objetivo tienen la misma probabilidad de ser seleccionadas.

En el presente proyecto se ha realizado un modelo de encuesta destinada a aplicarse en un público específico.

### 3.1.1.3 Encuesta 1

Para realizar el cálculo de la muestra en el segundo caso se ha tomado en cuenta la población a partir de 15 años en adelante que vivan en la sierra norte, es decir en la provincia de Imbabura, Pichincha y Carchi. Aquellas personas cuya residencia se encuentre alejada de la ciudad de Atuntaqui tendrán la necesidad de alojarse en el campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística, mientras que quienes vivan cerca no tendrán otra necesidad más que la de recibir los servicios complementarios.

**Tabla 2**  
*Cálculo de la muestra encuesta*

<b>Variable</b>	<b>Número</b>
<b>Tamaño de la población (N)</b>	2.863,459
<b>Nivel de confianza (Z)</b>	1.96
<b>Varianza de la población en estudio (S)</b>	0.5
<b>Nivel de precisión absoluta (d)</b>	0.05

Elaborado por: las autoras, 2022

## Fórmula

$$n = \frac{N * Z^2 * S^2}{d^2(N - 1) + Z^2 * S^2}$$

## Cálculo

$$n = \frac{2863459 * 1.96^2 * 0.5^2}{0.05^2(2863459 - 1) + 1.96^2 * 0.5^2}$$

$$n = 384.11 \text{ encuestas}$$

$$n = 385 \text{ encuestas}$$

### **3.1.2 Instrumentos de recolección**

#### **3.1.2.1 Encuesta – Cuestionario**

Este instrumento es uno de los más utilizados en las diferentes investigaciones u proyectos, para Hurtado (2000) “un cuestionario es un instrumento que agrupa una serie de preguntas relativas de un evento, situación o temática en particular, sobre el cual el investigador desea tener información” (p.469). Gracias a la aplicación de este cuestionario se podrá obtener datos cuantitativos que posteriormente serán analizados y discutidos.

#### **3.1.2.2 Entrevista - Guía de entrevista**

La guía de entrevista que se aplicará debe contener en primera estancia los datos generales de identificación del entrevistado estos pueden ser; censales, sociológicos o a su vez datos relacionados con el tema de estudio (Hurtado, 2000). Por medio de este instrumento se logrará adquirir información cualitativa la cual brinda una mayor profundidad a este estudio.

### 3.1.3 Resultados y discusión

#### 3.1.3.1 Encuestas

A continuación se dará a conocer los resultados de las encuestas dirigidas a una muestra de 385 de los visitantes de Antonio Ante, con una edad de 15 años en adelante que residan en las provincias de Imbabura, Carchi y Pichincha. La aplicación de las presentes encuestas se realizó a través de la plataforma de Microsoft Forms.

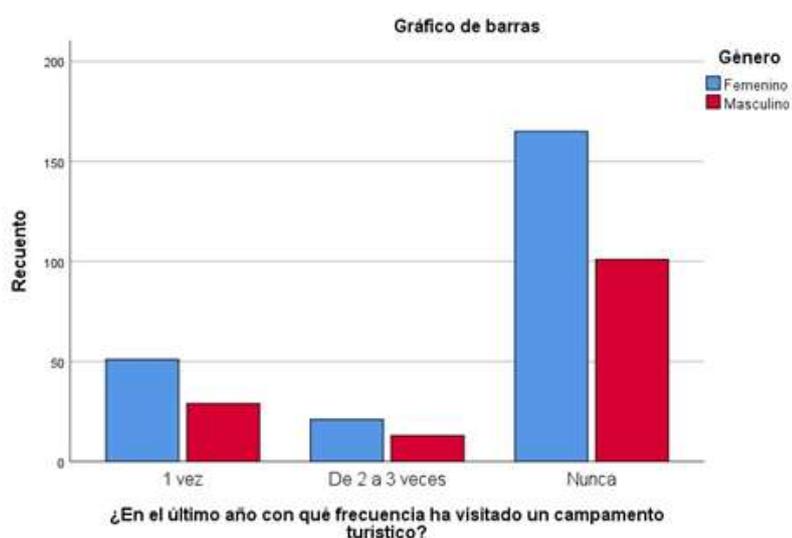


Figura 3 Cruce de variables 1

En la gráfica se observa un ligero incremento en el público de género femenino a razón de que el universo encuestado fue mayoritariamente femenino, no tiene relación con que haya más preferencia por parte de este público, sino que la presente encuesta tiene un defecto de parcialización. Por otro lado, existe un notable 69,09% que nunca ha visitado un campamento turístico en el último año. Frente a esto existe un 20,78% que lo ha hecho una vez y un 8,83% que lo ha hecho de 2 a 3 veces. Esto refleja una buena acogida por parte del 29,61% del público encuestado a la categoría de campamento turístico sin importar su género.

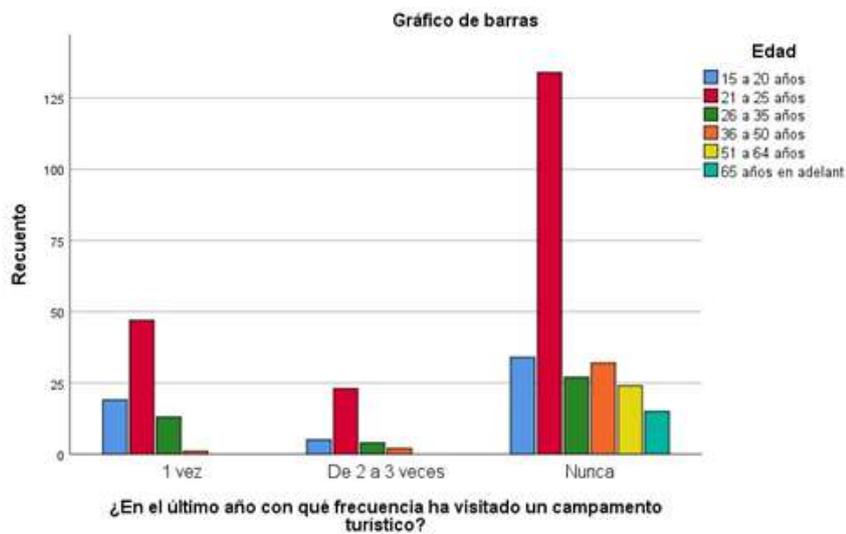


Figura 4 Cruce de variables 2

Los visitantes de 15 hasta los 50 años de edad han visitado por lo menos una vez un campamento turístico durante el último año, lo que da la pauta para posibles consumidores del emprendimiento. Se comprende además que, debido a una parcialización del público encuestado, existe una mayor cantidad de personas con una edad de 21 a 25 años. Por otro lado, es evidente que los datos superiores de todos los rangos de edad hasta los 65 años en adelante muestran que no han visitado este tipo de establecimiento de alojamiento ni una sola vez en el año.

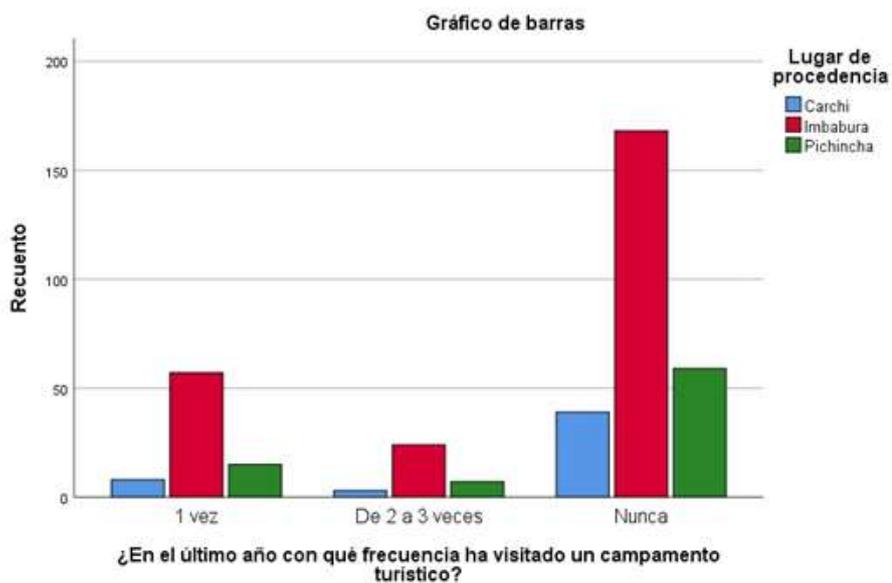
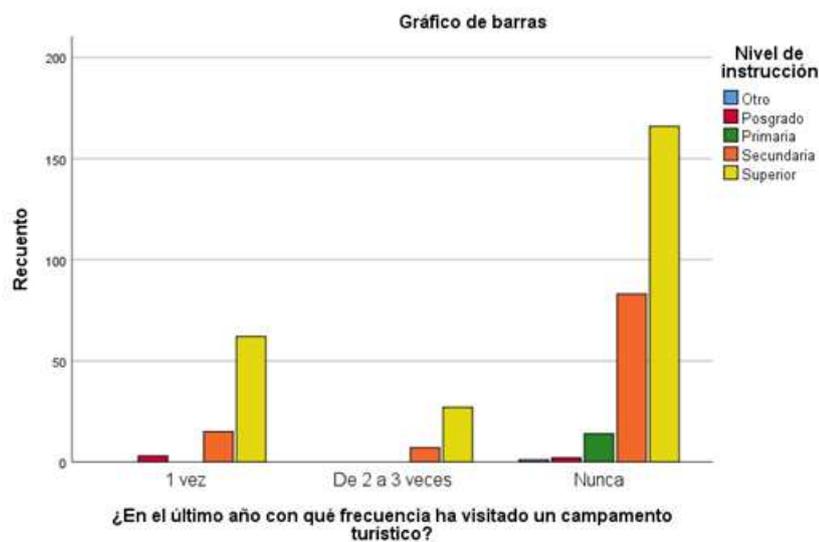


Figura 5 Cruce de variables 3

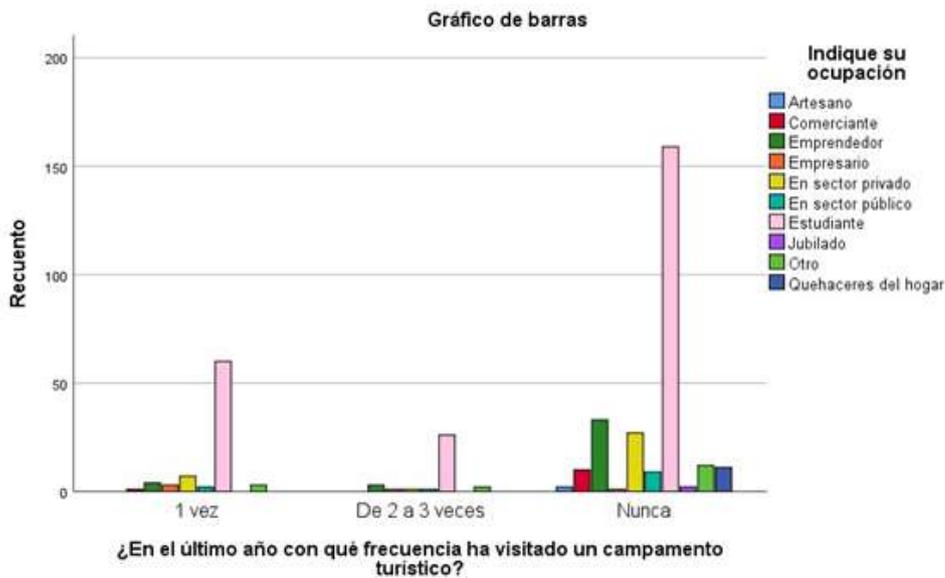
Como una observación territorial se tiene a la procedencia de los visitantes, donde se plasma que, a causa de una parcialidad por el direccionamiento de las encuestas a personas mayormente residentes en la provincia de Imbabura se cuenta con índices más altos que las demás provincias. Sin embargo, este dato no muestra que esta sea la provincia de donde más se desplacen hacia el establecimiento.

Por la ubicación destinada para realizar el emprendimiento se puede decir que sí se contará con consumidores de las tres provincias aledañas seleccionadas de la sierra norte del país; Carchi, Imbabura y Pichincha debido a que han reflejado su visita a un campamento turístico hasta tres veces en el último año.



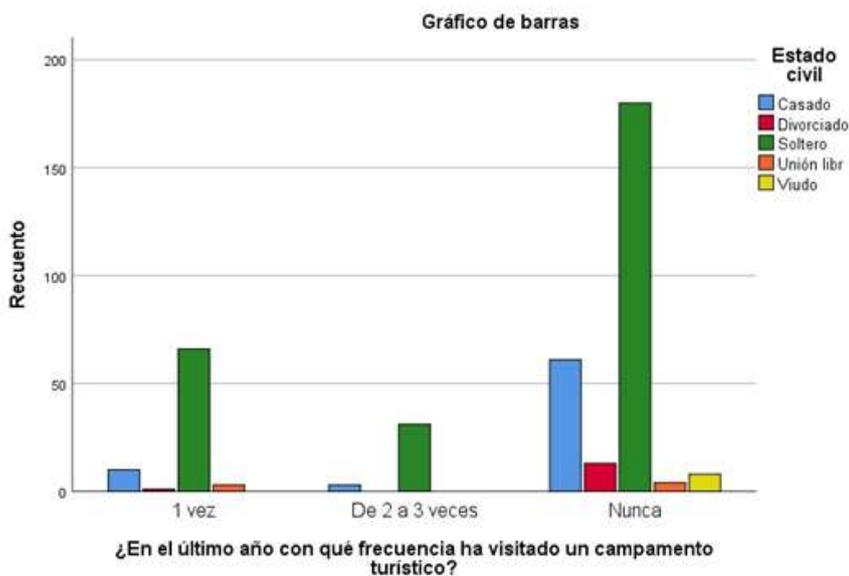
*Figura 6 Cruce de variables 4*

El nivel de instrucción no es un factor que determine la preferencia del encuestado por ningún tipo de alojamiento en especial ni su frecuencia de visita al mismo. En este caso se puede apreciar mayor concentración en el nivel de instrucción superior a razón de que existe un defecto de parcialización al haber aplicado la encuesta a un universo mayoritariamente de estudiantes universitarios, más no a que exista relación entre el nivel de instrucción superior con la frecuencia de visita a un campamento turístico.



*Figura 7 Cruce de variables 5*

El tipo de ocupación es un factor indiferente a la frecuencia de visita del público encuestado a campamentos turísticos. Se refleja mayor densidad por parte de los estudiantes, esto no significa que tenga relación la ocupación de estudiante con la preferencia o frecuencia de visita a un campamento turístico, sino que la encuesta fue aplicada en su mayoría a estudiantes.



*Figura 8 Cruce de variables 6*

Se evidencia como resultado de la parcialidad presente en la encuesta, datos que determinan a la mayoría de las personas como solteras. Pero en conjunto quiere decir que el estado civil de los visitantes de hasta tres veces de este tipo de alojamiento en el último año son: casados, solteros, unión libre y divorciados. A pesar de que se tiene estas referencias es importante mencionar que el estado civil de los encuestados no es un factor determinante al momento de realizar una visita a un campamento turístico.

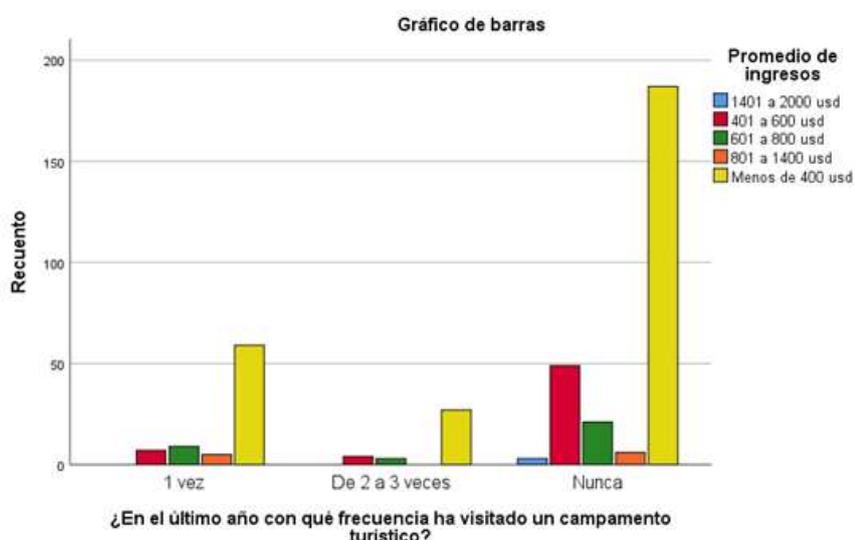


Figura 9 Cruce de variables 7

La presente gráfica revela que existe mayor concentración de personas con un promedio de ingresos menores a \$400 con un porcentaje del 71,95%. Esto se justifica ya que se aplicó la encuesta en mayor cantidad a estudiantes, mismos que tienen relación de dependencia con sus padres, por lo que claramente perciben ingresos menores a la cantidad antes mencionada. Seguidamente sobresale el promedio de ingresos de \$401 a \$800 con un 24,41%. Y se extiende al promedio de ingresos mensuales de hasta \$1400 con un 2,86%. Esto quiere decir que el segmento de mercado se enmarca fundamentalmente aquellas personas que perciben ingresos mensuales de menos de \$1400, ya que constituyen el grueso de la población.

De las siguientes opciones, seleccione el servicio o actividad complementaria de mayor importancia para su estadía

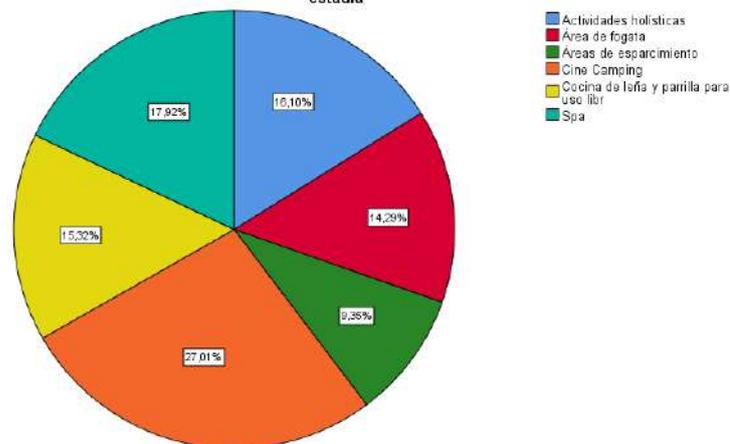


Figura 10 Servicio complementario

Con un número porcentual de 27,01%, para los encuestados el servicio complementario que consideran de mayor importancia durante su estadía es la adecuación de un área de cine camping en el establecimiento, seguido a esto con un 17,92% se encuentra el área de Spa. Ambas actividades son las más llamativas para los consumidores y desean que se incluyan en el proyecto.

¿Qué tipo de ambiente prefiere usted en un campamento turístico?

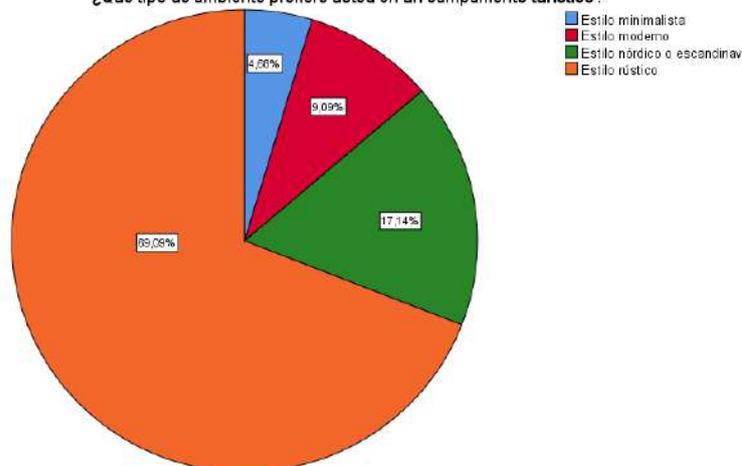


Figura 11 Ambiente del emprendimiento

Se evidencia que el 69,09% de los encuestados tienen una preferencia, en donde el ambiente ideal para cada área en el emprendimiento sea el estilo rústico y con ello se siga percibiendo una estadía más amena con el ambiente.

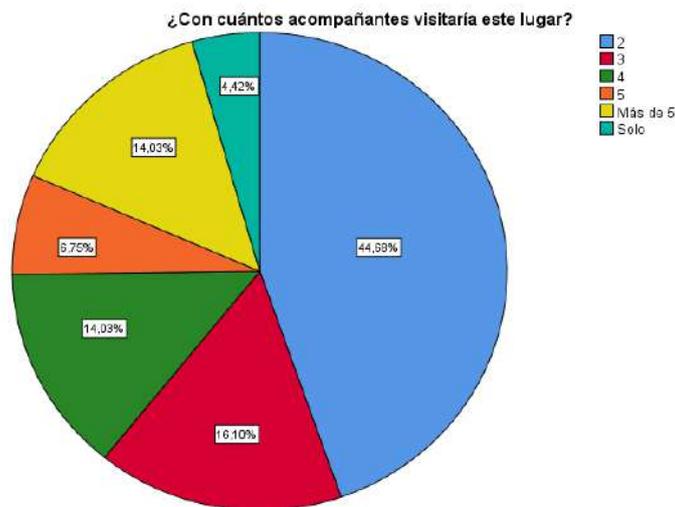


Figura 12 Acompañantes

Con el siguiente gráfico expuesto se comienza a reflejar el comportamiento del consumidor al momento de desplazarse hacia el campamento turístico, dando como resultado que el encuestado con un mayor porcentaje de 44,68% prefiere visitar este emprendimiento por lo menos con un acompañante más, es decir dos personas, otro de los porcentajes a considerarse es el 16,10% el cual muestra que los encuestados irían en conjunto de hasta tres personas.



Figura 13 Permanencia

En cuanto al tiempo de permanencia que se puede ver plasmado mediante la presente ilustración se interpreta que para el 70,13% de los encuestados la estadía ideal en un campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística sería de un fin de semana completo, en el cual se realicen todas las actividades de preferencia del consumidor.

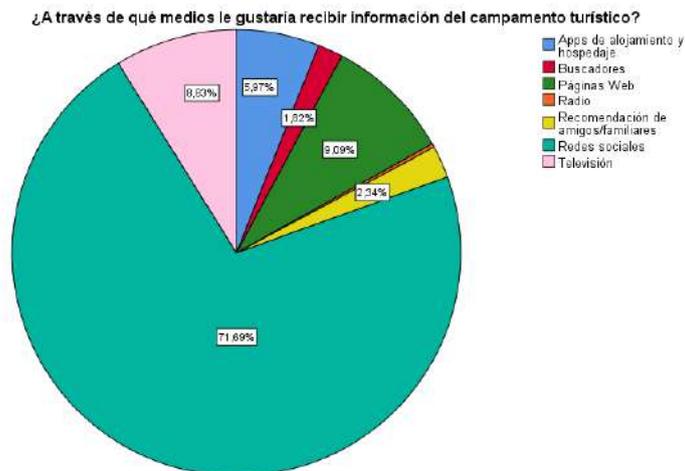


Figura 14 Medios de información

Para tener un pleno conocimiento de los medios de comunicación con los cuales los consumidores desean recibir la respectiva información acerca del campamento, se ha reflejado entonces que los encuestados poseen una mayor inclinación con un porcentaje de 71,69% a las redes sociales, teniendo una gran diferencia con los otros medios plateados.

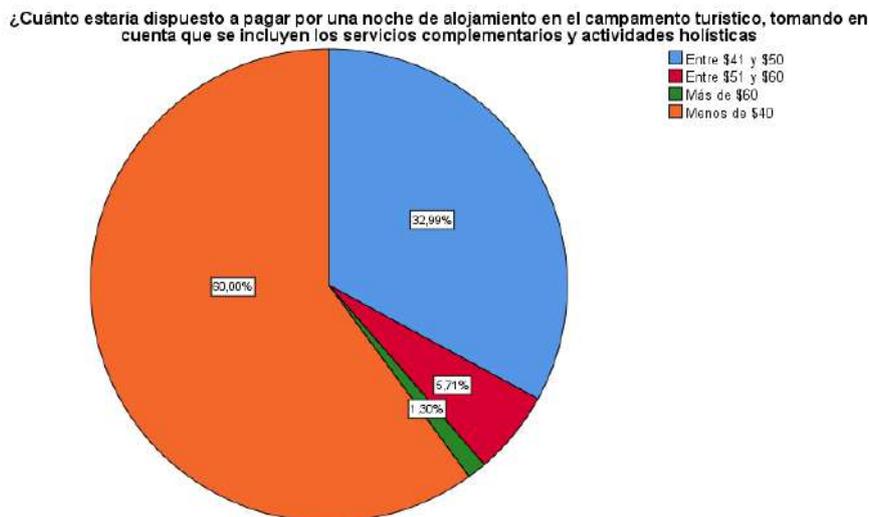


Figura 15 Disponibilidad de pago

Los encuestados reflejan una preferencia de pago por una noche de alojamiento en el campamento donde a su vez se incluyan las actividades holísticas y servicios complementarios, esto tiene un porcentaje de 60% que equivale a un pago de menos de \$40, seguido por el 32,99% lo cual se encuentra

a pagar entre \$41 y 50. Es decir que los encuestados en su mayoría prefieren que se realicen productos de acuerdo al alcance de su bolsillo.

### **Discusión.**

Se puede afirmar que el género no es un factor que determine preferencia o frecuencia de visita a un campamento turístico. Es posible considerar dentro del segmento de mercado a individuos de ambos géneros. En este sentido, durante el último año un 69,09% del universo encuestado no ha visitado un campamento turístico, frente a esto existe un 29,61% que lo ha hecho de una hasta tres veces. Es precisamente este porcentaje el que constituye el mercado consumidor de la presente investigación, ya que demuestra predisposición de consumo hacia los campamentos turísticos.

Con respecto a la edad se tiene que los visitantes de 15 hasta los 50 años se han desplazado de una a tres veces a un campamento turístico durante el último año, esto refleja un porcentaje del 28,95% de los encuestados, brindando así la posibilidad de consumidores para el emprendimiento. Por otro lado, es importante mencionar que el 53,58% muestran que no han visitado este tipo de establecimiento de alojamiento ni una sola vez en el año.

En cuanto respecta al lugar de procedencia del mercado consumidor existe una apreciación de carácter espacial. Dada la ubicación destinada para ejecutar el emprendimiento es posible afirmar que se contará con consumidores de las tres provincias aledañas de la sierra norte del país; Carchi, Imbabura y Pichincha, esto a razón de que han reflejado su visita a un campamento turístico, es decir, demuestran cierta tendencia al consumo de servicios relacionados al campamento turístico. La provincia de Pichincha, debido a que su número de habitantes supera en gran manera a las otras dos provincias cercanas, podría convertirse en el mayor lugar de procedencia de visitantes.

El nivel de instrucción no es un factor que determine la preferencia del consumidor por ningún tipo de alojamiento en especial ni su frecuencia de visita al mismo. En tal sentido, en el mercado consumidor del presente emprendimiento no se contempla ningún nivel de instrucción peculiar como condición, pues no es un agente importante que influya en la decisión de consumo sobre campamentos turísticos.

La profesión del visitante es un factor indiferente al consumo del público que decida desplazarse a campamentos turísticos. Sin embargo, las encuestas reflejan cifras superiores por parte de los estudiantes, debido a que la encuesta fue aplicada en su mayoría a estudiantes. A pesar de ello quienes tienen diferentes ocupaciones también mostraron haber visitado el establecimiento. Por consiguiente, el mercado consumidor del emprendimiento no contempla ninguna ocupación en especial como condición de consumo.

Entretanto el estado civil de las personas no es una causa determinante al momento de realizar una visita a un campamento turístico. No obstante, de las personas que han acudido al establecimiento de acuerdo a las encuestas muestran datos que determinan en conjunto que los visitantes de este tipo de alojamiento en el último año son: casados, solteros, unión libre y divorciados, a excepción, de los viudos.

En lo que concierne al promedio de ingresos, el mercado consumidor contemplado en el emprendimiento es aquel que percibe ingresos mensuales de hasta \$1400, ya que constituyen el grueso de la población. Con base en este dato, se crearán paquetes que concuerden con dichos ingresos, integrando una experiencia y precio satisfactorios.

Con lo que respecta al comportamiento del consumidor, se pudo ver reflejado de una manera clara las preferencias que los encuestados recalcaron al

momento de seleccionar su mejor opción en el cuestionario aplicado, dando así a conocer los servicios complementarios deseados, la ambientación ideal en el establecimiento, su número de acompañantes, permanencia, medios de información preferidos y hasta el monto que se dispondrá a pagar en el emprendimiento.

### **3.1.3.2 Entrevistas**

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la aplicación de dos entrevistas, es importante mencionar que se realizará una transcripción textual de cada una de las respuestas brindadas por los dos entrevistados.

#### *Entrevista 1.*

**Nombre del entrevistado (a):** Ximena Esparza

**Ocupación:** Naturópata y terapeuta holística

**Lugar de procedencia:** Otavalo

**1. ¿Qué opinión tiene acerca de una propuesta de emprendimiento donde se combine el alojamiento turístico con actividades que ayuden al visitante a sanar emocional y espiritualmente en contacto con la naturaleza?**

Considero que es una propuesta interesante, fuera de lo común y altruista ya que se enfoca en brindarle al turista no solo una experiencia de descanso, sino que va más allá buscando ayudarlo a reconectar con su ser interior y a solucionar problemas internos para que goce del bienestar emocional, espiritual y físico.

**2. ¿Cree usted que es importante atender las necesidades emocionales y espirituales para alcanzar un mejor desarrollo en las actividades cotidianas? ¿Por qué?**

Como es afuera es adentro, las personas reflejamos cómo estamos por dentro en todas las actividades que realizamos de la vida cotidiana, por esto es importante atender las necesidades internas, hacer introspección y analizarnos.

**3. ¿Qué aspectos se debería tomar en cuenta para el diseño del campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística en Atuntaqui?**

La ambientación del sitio debe transmitir mucha paz, la presencia de naturaleza es importante para lograr este cometido y como último punto se debería contar con el personal adecuado, que tenga muy clara la filosofía y los valores del emprendimiento para que brinden un buen servicio y una experiencia digna de repetirse.

**4. ¿Cuáles cree que serían los impactos positivos que experimentarían los huéspedes al visitar un campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística?**

Se sentirían más conectados consigo mismos, más felices, más confiados y con mucho entusiasmo por vivir. Responderían de mejor manera al realizar actividades cotidianas, completamente se notaría su bienestar en su ánimo.

**5. ¿Qué recomendaciones daría usted para que esta propuesta sea exitosa?**

Recomendaría que a esta propuesta se integren paseos, salidas con los turistas con el fin de aprovechar los sitios turísticos de Imbabura con un propósito espiritual, como por ejemplo podrían practicar yoga en Mojanda, meditaciones guiadas en el Cubilche, etc.

**6. ¿Qué expectativas genera en usted la visita a un campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística?**

Al ser una propuesta innovadora en mí genera grandes expectativas, creo que al escuchar esta propuesta todos nos imaginamos un sitio hermoso, con naturaleza y donde se respire paz, además de contar con profesionales que garanticen resultados prometidos y brinden una experiencia inolvidable.

**7. ¿Qué terapias son las más recomendables según su criterio para practicar en este tipo de campamento turístico?**

Considero que las terapias que esta propuesta planea practicar en el emprendimiento, son adecuadas y buenas para comenzar, después quizá puedan añadir terapias como círculos de mujeres, constelaciones familiares y tarot terapéutico.

### *Entrevista 2.*

**Nombre del entrevistado:** Edwin González

**Ocupación:** Director de Turismo - GAD municipal de Antonio Ante

**Lugar de procedencia:** Atuntaqui

**Fecha y hora de la entrevista:** 14/ 06/ 2021 – 14:00

#### **1. ¿Cómo percibe usted el desarrollo del sector turístico en la ciudad de Atuntaqui?**

Antes no se le tomaba en cuenta al sector turístico aquí en el cantón, en la actualidad, se está queriendo dar un empuje al mismo, porque de lo que se ve en las partidas presupuestarias como para turismo no han tenido. Ahora ya lo están aplicando, se ha desarrollado una consultoría de análisis de cadena, entonces determina que en primer lugar se encuentra lo textil, segundo la ciudad es agrícola, y el otro es el turístico el tercero y el cuarto es el artesanal aquí, entonces estaríamos hablando que en los últimos años recién se está tomando en cuenta a este importante sector.

#### **2. ¿Considera usted que el diseño de un campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística contribuiría a mejorar el desarrollo del sector turístico en Atuntaqui? ¿Por qué?**

Todo emprendimiento turístico genera dinamización económica por más pequeño que sea, entonces siempre es importante que este tipo de emprendimientos se los vaya llevando de la mano, apegado siempre a un GAD sea este parroquial, cantonal o provincial, es necesario por el tema de normativa.

### **3. ¿Qué aspectos se debería tomar en cuenta para el diseño del campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística en Atuntaqui?**

Primero se tiene que tener personas con conocimientos en la parte temática, en definitiva en un campamento turístico se debe saber que es, para que sirve y porque está ahí, incluso la ubicación mismo del campamento, siempre lo hacen con vista al norte, porque siempre el norte es el que direcciona, entonces siempre tienes que tomar en cuenta todos esos aspectos. Lo otro son normas de seguridad, que tengas fácil acceso al llegar al campamento, que tenga señalética, además tanto señalética interna como externa.

### **4. ¿Podría la ciudad de Atuntaqui incursionar en la modalidad del turismo espiritual? ¿Por qué?**

De forma rápida no, pero en todo emprendimiento lo que marca es el tema de la publicidad, todo producto se vende con publicidad, tienes que saber a qué medios llegar, quienes venden ahora son las famosas redes de comunicación que tenemos aquí Facebook, Instagram y todo eso, ahí se tiene que conseguir a alguien que maneje esta tecnología que se llama marketing digital, ahí sí sería factible.

### **5. ¿Considera usted que es importante la innovación para impulsar el desarrollo turístico y económico en la ciudad de Atuntaqui? ¿Por qué?**

Siempre es importante innovar, tenemos que tomar en cuenta que lo anterior que hemos venido haciendo nos sirve a nosotros como la base para construir el presente y el mañana, entonces la innovación siempre está de la mano con las personas jóvenes, es momento de ir innovando, la gente lo que quiere es productos nuevos, por ejemplo, este es un producto nuevo, poco hay de esto.

### **6. ¿Qué recomendaciones daría usted para que esta propuesta sea exitosa?**

La primera recomendación como se mencionó antes es la innovación a nivel local, que sea algo no visto anteriormente, tiene que ser algo nuevo, algo novedoso, entonces se tendría que hacer investigaciones para obtener algo así,

lo otro es el tema de conservación del calor, y la conservación del frío. Es importante tener en cuenta también la ubicación de las carpas y demás áreas que se ocupará.

Hay que verle por todo lado el negocio, se debería tener souvenir de la visita, la innovación está en todo y la publicidad sin publicidad no se vende, mirar puntos de promoción se puede coger trípticos e ir a entregar a Otavalo donde llegan más turistas o apegarse a agencias de viajes y ser parte del paquete o crear propios paquetes.

### **7. ¿Qué expectativas genera en usted la visita a un campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística?**

Todo lo nuevo genera impacto, .más aún si se da una buena atención, no se debería promocionar algo que no se tiene, ahí está la ética del profesional, lo que tienes ofreces, no lo que no tienes, para que se complemente el campamento se debería pensar en una alimentación saludable; puro jugo natural agua de Jamaica, entre otras aguas. Se debería recomendar cómo deben dormir, es decir con qué tipo de ropa alineados a la parte de la energía, se debería contar con letreros motivadores, la selección de colores también es importante, ahora hay unos campamentos lindos.

Se debe aprender sobre el tema, la mente es poderosa, como idea es buena lo otro aparte del espacio físico es el poder capital o económico es decir hasta donde puedo hacer en las diferentes etapas, la innovación también está en que seas persistente si te pusiste eso plazos cumple, el sacrificio de hoy es el bienestar del mañana.

#### *Análisis.*

Con base en lo contestado por el director de turismo se puede decir que anteriormente en la ciudad no se había dado la importancia necesaria al sector turístico debido a que siempre ha predominado el ámbito comercial de textiles o artesanías, pero actualmente se está empezando a trabajar y dale un mayor

valor a este sector, por lo cual considera que todo proyecto enmarcado en este ámbito será de ayuda para la dinamización económica y turística de Atuntaqui siempre y cuando esta idea de negocio cuente con una innovación a tal punto que puede llegar a ser aceptado por los moradores y visitantes, además brinda varias recomendaciones para que el funcionamiento del emprendimiento sea el más adecuado, recalcando en gran manera que por medio de las redes sociales se puede llegar a promocionar el emprendimiento gracias al marketing digital que en los últimos tiempos ha tenido mayor alcance.

### 3.1.4 Segmentación de mercados

En la segmentación de mercados se logrará concretar las características específicas que posee el mercado meta u objetivo, con base en distintas variables que por medio de las encuestas aplicadas se llegaron a recolectar; datos geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales, los cuales se pondrán en consideración en la presente sección.

**Tabla 3**  
*Segmentación*

Segmentación de mercados			
Producto turístico: Campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística			
<i>Variable</i>		<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<b><i>País:</i></b>	Ecuador	12493682	100%
<b><i>Región:</i></b>	Sierra	5350338	42,8%
<b><i>Provincia:</i></b>	Carchi, Imbabura y Pichincha	2863459	22,9%
<b><i>1er Resultado: 2863459 personas de 15 años en adelante que pertenezcan a las provincias de Carchi, Imbabura y Pichincha</i></b>			
<i>Variable</i>		<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>

<b>Género:</b>	Masculino /Femenino	2863459	100%
<b>Edad:</b>	15-50	2574250	89,9%
<b>Estado civil:</b>		2574250	100%
<b>Ocupación:</b>		2574250	100%
<b>Ingresos:</b>	Menos de \$400 a \$1400	1925539	74,8%

**2do Resultado: 1925539 hombres y mujeres de las provincias de Carchi, Imbabura y Pichincha de 15 a 50 años de edad de cualquier estado civil y ocupación, con ingresos de hasta \$1400.**

	<b>Variable</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Nivel Socioeconómico</b>	Bajo-medio	1925539	100%

**3er Resultado: 1925539 hombres y mujeres de las provincias de Carchi, Imbabura y Pichincha de 15 a 50 años de edad de cualquier estado civil y ocupación, con ingresos de hasta \$1400, que pertenezcan a un nivel socioeconómico bajo-medio.**

	<b>Variable</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Estilo de vida</b>	Estrés, cansancio, irritabilidad, depresión. A veces/Casi siempre	1546208	80.3%

**Mercado meta: 1546208 hombres y mujeres de las provincias de Carchi, Imbabura y principalmente Pichincha, de 15 a 50 años de edad de cualquier estado civil y ocupación, con ingresos de hasta \$1400, que pertenezcan a un nivel socioeconómico bajo-medio y que experimentan sensación de estrés, cansancio, irritabilidad, aburrimiento, ansiedad y depresión con frecuencia.**

Elaborado por: las autoras, 2022

### 3.1.5 Clientes

Por medio de los datos reflejados con anterioridad acerca del comportamiento que tendrá el consumidor al desplazarse hacia el campamento turístico, se puede evidenciar que el 27,01% de los encuestados tienen una mayor aceptación del servicio complementario de cine camping. Se ha reflejado que el 69,09% de la población encuestada tienen una mayor inclinación a que el estilo rústico sea el que predomine en las diferentes áreas. El 48,68% de los

encuestados prefieren visitar este emprendimiento acompañados al menos por una persona, mientras que existe un 16,10% que lo visitarían con hasta dos acompañantes.

En cuanto al tiempo de permanencia se muestra que el 70,13% de los encuestados prefieren permanecer un fin de semana completo en el campamento turístico. Por otro lado, es importante mencionar que el 71,69% quieren recibir información del establecimiento a través de las redes sociales que desde otros medios y finalmente se puso en consideración que el consumidor estaría dispuesto a pagar menos de \$40 dólares por una noche de alojamiento incluyendo las actividades y servicios complementarios por persona.

### **3.1.6 Análisis de la demanda**

Para determinar la demanda del campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística. Se tomó en cuenta a la población a nivel de otras provincias, además se consideró los datos obtenidos por medio de las encuestas aplicadas que hayan brindado como resultado de aceptación al diseño del presente emprendimiento.

**Tabla 4**  
*Demanda potencial*

Población mercado objetivo de los habitantes de las provincias de Carchi, Imbabura y Pichincha.	2.863.559
% de intención de compra del producto	30,13%
<b><i>Demanda potencial</i></b>	<b>862.791</b>

Elaborado por: las autoras, 2022

Mediante las presentes tablas se puede identificar el número de la demanda potencial calculado así 862.791 como resultado de la población de Carchi, Imbabura y Pichincha.

### 3.1.7 Análisis de la oferta

En presente emprendimiento se aborda una idea de negocio con una gran innovación en la zona norte del país, sin embargo se puede mencionar varios establecimientos turísticos de alojamiento los cuales son una competencia indirecta para el proyecto tales como Finca Sommerwind y Pondo Wasi Lodge estos son los más cercanos, ubicados en la ciudad de Ibarra, por otro lado se tiene establecimientos que se localizan en la provincia de Pichincha, el más alineado a lo que se desea ofrecer es Namika Kam esta es una hostería que ofrece en sus estadías varias terapias energéticas y fomentan un turismo de bienestar. La provincia de Carchi no representa una competencia directa pero se relacionan con la categoría de alojamiento.

**Tabla 5**  
*Servicios de la oferta*

Nombre	Ubicación	Servicios
<b>FINCA SOMMERWIND</b>	Ibarra – Imbabura	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alojamiento en tiny house: consta de aproximadamente 23m<sup>2</sup> de espacio habitable, equipada con 2 dormitorios, cocina, cuarto de ducha y rincón de sofá, todo en un diseño moderno.</li> <li>• Alojamiento en cabañas: cuentan con un cuarto de baño luminoso, cómodas camas con colchones ortopédicos, terraza cubierta.</li> <li>• Área de camping</li> <li>• Cafetería</li> <li>• Zona BBQ</li> </ul>
<b>Pondo Wasi Lodge</b>	Ibarra - Imbabura	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hospedaje en cabañas</li> <li>• Ceremonia de Temazcal</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ceremonia Sagrada de Wachuma o San Pedro</li> <li>• Camping</li> <li>• Senderismo</li> <li>• Pachamanca</li> <li>• Servicio de alimentación</li> </ul>
<b>Campamento Tambo Guayar</b>	Quito- Pichincha	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Camping al aire libre</li> <li>• Organización de eventos</li> </ul>
<b>Faran Conquistador</b>	Quito- Pichincha	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Camping</li> <li>• Servicio de alimentación</li> <li>• Visita a cascada</li> </ul>
<b>Namika Kam</b>	Puerto Quito - Pichincha	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alojamiento en cabañas</li> <li>• Camping</li> <li>• Acceso a senderos terapéuticos</li> <li>• Hidroterapia en el río</li> <li>• Servicio de alimentación</li> <li>• Terapia con imanes</li> <li>• Hipnosis</li> <li>• Psicoterapia</li> <li>• Baño energético</li> <li>• Terapia emocional profunda</li> </ul>
<b>Dante House Campamento</b>	San Pedro de Huaca – Carchi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Camping</li> <li>• Tours sobre la cultura local</li> <li>• Clases de yoga</li> <li>• Senderismo por el camino de Dante hacia el místico bosque de guanderas</li> </ul>

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 6**  
*Oferta de alojamiento*

<b>Nombre</b>	<b>Tipo</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Cant. de habitaciones/ plazas</b>	<b>Cant. de turistas anuales</b>	<b>Estrellas</b>
<b>FINCA SOMMERWIND</b>	Campamento Turístico	Ibarra – Imbabura	20	2400	Categoría nica
<b>Pondo Wasi Lodge</b>	Lodge	Ibarra - Imbabura	15	1800	
<b>Tambo Guayar</b>	Campamento turístico	Quito- Pichincha	24	2880	Categoría nica
<b>Faraón Conquistador</b>	Campamento turístico	Quito- Pichincha	23	2760	Categoría nica
<b>Namika Kam</b>	Hostería	Puerto Quito - Pichincha	23	2400	3 estrellas
<b>Dante House Campamento</b>	Campamento turístico	San Pedro de Huaca - Carchi	10	1200	Categoría nica

Elaborado por: las autoras, 2022

Por medio de un análisis en el catástro turístico de la provincia de Imbabura y a través de la página oficial del MINTUR, con respecto a establecimientos registrados se obtuvieron los datos plamados en la presente tabla, brindando así como resultado que estos receptan un número de 2240 turistas anuales.

### **3.1.8 Demanda insatisfecha**

La demanda insatisfecha reflejará una proyección de las dos poblaciones que se tomaron anteriormente tanto de Antonio Ante como de Carchi, Imbabura y Pichincha con el fin de conocer aquella demanda que la competencia no ha logrado satisfacer.

**Tabla 7**

*Proyección de la demanda insatisfecha*

Encuesta – Carchi, Imbabura y Pichincha			
Año	Demanda potencial	Competencia	Demanda insatisfecha
Año1	862.791	2240	860.551

Elaborado por: las autoras, 2022

Por medio de las tablas presentadas se puede apreciar la demanda potencial de la cual se restan a la cantidad de la demanda que comprende la competencia, dando como resultado la demanda insatisfecha de las provincias como son Carchi, Imbabura y Pichincha refleja un dato de 860.551 personas.

### **3.1.9 Demanda objetiva proyectada**

La demanda objetiva proyectada está en relación con el número y porcentaje de turistas que anualmente se podrá cubrir en base a la demanda insatisfecha calculada anteriormente.

**Tabla 8***Proyección de la demanda*

Encuesta – Carchi, Imbabura y Pichincha		
Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva
Año 1	860.551	0,20% - 1680 turistas

Elaborado por: las autoras, 2022

Para llegar a los resultados plamados en estas tablas fue necesario realizar una serie de cálculos en los cuales se tiene que el campamento turístico contará con 7 carpas; adecuadas para dos personas, teniendo así 14 plazas, si existiera una ocupación todos los días al 100% de la capacidad total se tendría una cantidad de 5040 turistas al año.

Sin embargo no siempre es así, debido a que generalmente en los establecimientos turísticos tan solo se ocupa un 40% de su capacidad al mes. Entonces se puede decir que el 40% de las plazas mencionadas es de 5.6, este valor se multiplica por los días que se espera trabajar, en el presente emprendimeinto se estima trabajar 300 días al año lo que da una cantidad de 1680 turistas anuales, posteriormente a través de una regla de 3 se realiza los cálculos necesarios para obtener los diferentes porcentajes de la demanda objetiva con base en la demanda insatisfecha de las provincias de Carchi, Imbabura y Pichincha. Como resultado se tiene que la demanda objetiva es de 0,20% del total de la demanda insatisfecha.

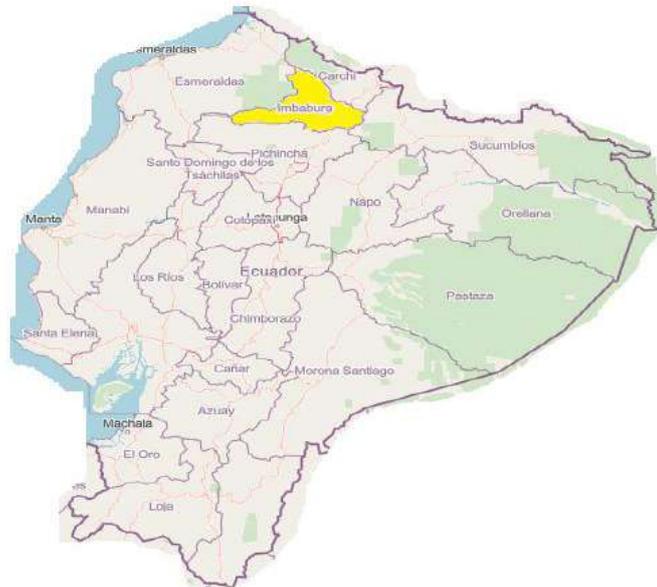
## CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO

### 4.1 Localización óptima del proyecto

El estudio de localización del presente emprendimiento tiene como fin plasmar la ubicación precisa donde se ha elegido diseñar el campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística, logrando así solventar los requerimientos del mismo.

#### 4.1.1 Macrolocalización

A un nivel macro el siguiente proyecto será enfocado en América del Sur, Ecuador, en la Sierra Norte del país, específicamente en la parroquia de Atuntaqui perteneciente al cantón Antonio Ante de la provincia de Imbabura.



*Figura 16 Ubicación de Imbabura en el mapa de Ecuador  
Tomado. Arcgis Online*

En el norte el Ecuador se encuentra la provincia de Imbabura. Esta provincia se encuentra a 60km. de la capital del país Quito y a 100 km. de la frontera colombiana. El cantón Antonio Ante forma parte de los 6 cantones pertenecientes a Imbabura, localizándose al noroeste de la provincia. Al oeste limita con los

cantones Cotacachi y Urcuqui, al norte con el cantón Ibarra, en el sur con el cantón Otavalo y al este con el cerro Imbabura. Cuenta con una superficie de 79km<sup>2</sup> y una altitud de 2360 m.s.n.m. Los grupos étnicos predominantes son el Mestizo y el indígena dando lugar así a sus dos idiomas el español y el kichwa.



Figura 17 Mapa de los límites del cantón Antonio Ante  
Tomado. Arcgis Online

Los consumidores para el campamento turístico que estará ubicado en la ciudad de Atuntaqui serán la población local de Imbabura, los viajeros provenientes de la provincia de Pichincha y los viajeros provenientes de la provincia de Carchi.

Los insumos requeridos para la entrega del servicio de camping y actividades holísticas se podrán conseguir sin complicaciones dentro de la ciudad de Atuntaqui, en los demás cantones de la provincia de Imbabura o en la ciudad de Quito, los lugares deben poseer la materia prima necesaria por lo cual se busca diferentes centros naturistas, Spas, venta de diferente mobiliario o a su vez tiendas en línea. Para la realización de las diferentes actividades holísticas es necesario de materia prima como: mesas, sillas, camillas para masajes, aceites, cremas, exfoliantes, instrumentos para masajes, etc.

La principal vía de comunicación que se tiene cerca del emprendimiento es la Panamericana Norte E35, la cual es una vía asfaltada de primer orden que cuenta con seis a ocho carriles. Las vías dentro de la ciudad son de segundo y tercer orden, debido a que se encuentran adoquinadas, pero a su vez existen vías empedradas y de tierra. Sin embargo, para llegar al establecimiento no existe una mayor complicación, debido a que la calle principal Simón Bolívar se encuentra asfaltada y su transversal la 4 de Febrero es de tierra, se cuenta además con la presencia de cinco cooperativas de taxis, buses intercantonales y urbanos que facilitan la movilización en esta ciudad.

La ciudad de Atuntaqui cuenta con instalaciones de agua potable, alcantarillado, así como la red de electrificación, acceso a internet, conexión telefónica, los servicios de recolección de basura. Además, se cuenta con la presencia de UPC policial, Cuerpo de bomberos, un Centro de salud, oficinas de administración pública, oficinas bancarias. Las cuales se encuentran ubicadas principalmente en el centro de la ciudad.

De acuerdo con el PDOT del cantón Antonio Ante 2019-2021, se cuenta con varios objetivos estratégicos, los cuales abren camino a la planificación y realización de diversos programas y proyectos para tener un modelo territorial deseado. Entre estos se tiene como, por ejemplo: repotencializar lugares turísticos abandonados, espacios más accesibles.

En cuanto a las normas por las cuales se rige el campamento turístico se tiene a los artículos plasmados en la Constitución del Ecuador Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre. Art.66.- El derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios. Art. 383.- Se garantiza el derecho de

las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.

En cuanto en la ley de turismo se tiene a los artículos 3 y 5. En el reglamento del alojamiento turístico 12, 13 y 14. Además en cuanto al Plan de Creación de Oportunidades se rige al Objetivo 1.- Incrementar y fomentar de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborables.

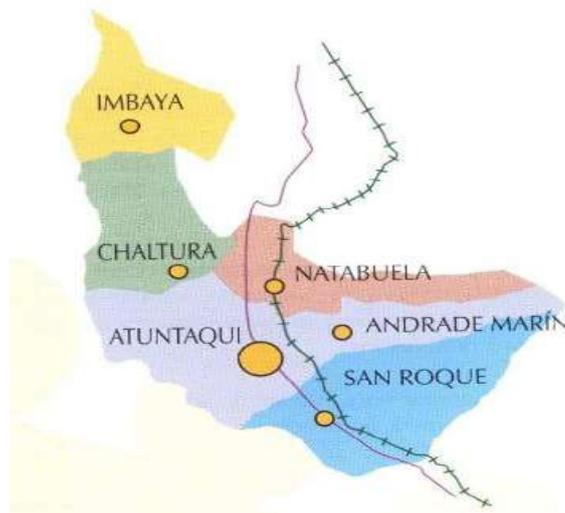
La provincia de Imbabura es conocida actualmente por su riqueza cultural y sus grandiosos sitios naturales por la cual fue denominada como Geoparque Mundial en el año 2017, por esta razón los visitantes desean conocer a esta provincia por sus innumerables geositios, lo cual ha provocado que exista un mayor incremento de movilizaciones hasta esta provincia, causando así que sea posible la creación de nuevos emprendimientos capaces de satisfacer esta nueva demanda de personas.

En Antonio Ante las temperaturas medias anuales están comprendidas generalmente entre 10 y 28°C, pero en ocasiones pueden ser inferiores en las vertientes menos expuestas al sol; las temperaturas mínimas descienden rara vez a menos de 0° C y las máximas no superan los 30° C. Entre las características de los suelos del cantón Antonio Ante, se tiene a su origen Molisol que se forman en áreas semiáridas a semihúmedas, típicamente bajo una cobertura de pasturas, estos suelos se encuentran en la parte baja y media. En la parte alta se caracteriza por suelos de orden Inceptisol derivados tanto de depósitos fluviónicos como residuales, y están formados por materiales líticos de naturaleza volcánica y sedimentaria. En base a esto se puede decir que a pesar de que se puedan presentar bajas temperaturas no existen mayores problemas climáticos ni ambientales que impidan que el emprendimiento sea posible de realizar.

Al ser un emprendimiento nuevo y diferente en la ciudad se considera que si despertaría el interés social, tanto de autoridades como de personas aledañas al lugar. El tener una idea de negocio que atraiga turistas beneficiará no solo a los dueños del emprendimiento sino a los negocios cercanos.

### **3.1.2 Microlocalización**

El cantón Antonio Ante está organizado en 2 parroquias urbanas: Atuntaqui y Andrade Marín, y 4 parroquias rurales: Imbaya, Chaltura, Natabuela y San Roque.



*Figura 18 División política del cantón Antonio Ante  
Tomado. Google imágenes*

El campamento turístico se plantea que estará ubicado precisamente en el barrio Tierra Blanca, Calles Bolívar y 4 de febrero, en la propiedad de la familia Ávila Esparza, conocida como la Estancia.



*Figura 19 Ubicación de la propiedad la Estancia  
Tomado. GoogleEarth*



*Figura 20 Visualización del terreno  
Tomado. Autoría propia*

Las personas requeridas para que trabajen en el emprendimiento deberán cumplir con ciertos parámetros, funciones y aptitudes, capaces de ser el personal óptimo y especializado que proporcionarán al campamento una buena imagen, reputación y servicio. Dependiendo de sus responsabilidades u obligaciones dentro del establecimiento se tendrá personal de planta al cual se le pagará el salario básico, además se tendrá a los trabajadores ocasionales, a los cuales se brindará una paga de la mitad de un sueldo básico. Los colaboradores podrán ser de cualquier lugar del país.

Los servicios de comunicaciones requeridos en el campamento turístico como la telefonía fija, móvil y el internet serán necesarios tanto para la comunicación entre colaboradores y también con el cliente, debido a que son necesarios desde antes que el consumidor este físicamente en el establecimiento, se realizan reservas por medio ya sea de las redes sociales o directamente a la telefonía fija del campamento.

Dentro de la ciudad se encuentra un lugar de eventos llamado La Casa del Árbol el cual ofrece el servicio de camping y picnic, este está capacitado para recibir a 20 personas, pero no se encuentra registrado como un establecimiento turístico del cantón. Fuera de Antonio Ante, en el Cantón Ibarra como competencia se tiene a la Finca Sommerwind el cual ofrece servicios de camping, restauración, recreación y estadía para casas rodantes. Pondo Wasi Lodge es otro establecimiento cercano considerado como competencia debido a que en este se ofrece servicios de camping, restauración y la práctica de diferentes rituales ancestrales.

Debido a la construcción de estructuras, colocación de carpas y diferentes adecuaciones en espacios verdes es posible que se generen impactos negativos tanto en el suelo, como en el pasto, a su vez una contaminación auditiva. Por medio de una evaluación a profundidad de estos impactos se podrá tener cuantificado el daño producido, con esto será posible definir qué medidas tomar para mitigar estos problemas ecológicos que surgen por la implementación de este emprendimiento. Los costes de transporte de insumos y productos dependerán de la distancia de donde estos hayan sido adquiridos.

## 4.2 Capacidad instalada

### 4.2.1 Distribución de la planta

Partiendo de la capacidad del terreno de 855 m<sup>2</sup>, se procede a distribuir al establecimiento en diferentes áreas, las cuales han sido tomadas en cuenta en relación a los servicios y actividades que se pretende ofertar durante la estadía en el campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística.

#### Áreas

- Recepción y administración
- Área de tiendas de campaña
- Área de cine camping
- Área de fogata
- Área de cocina de leña
- Área de garaje
- Área de spa
- Área de baño de cajón y rituales
- Área de terapias holísticas
- Bodega
- Área de lavado y secado

Las dimensiones establecidas para el presente emprendimiento han sido consideradas debido a que el terreno elegido para la idea de negocio ya cuenta con una infraestructura anteriormente construida, por este motivo para el diseño del campamento turístico dentro de esta propiedad se establece que contenga las medidas detalladas a continuación.

**Tabla 9**

*Áreas dentro de la infraestructura presente en el terreno.*

Cantidad	Áreas	m <sup>2</sup>	Área ocupada
1	Recepción y administración	13,17	13,17

1	Yoga – meditación- manejo de la ira	11,93	11,93
1	Taller de artesanías	11,16	11,16
1	Cocina	14,1	14,1
1	Comedor	9,61	9,61
1	Baño	2,56	2,56
<b>Total</b>			<b>62,53</b>

Elaborado por: las autoras, 2022

El área de recepción y administración que se ubicará dentro de la edificación ya construida se planea tomar en cuenta para la adecuación de la misma una dimensión en total de 13,17 m<sup>2</sup>. A su vez en el interior de la propiedad se encuentran áreas a disposición libre de los consumidores las cuales son la cocina con una dimensión de 14,1m<sup>2</sup>, el comedor con una extensión de 9,61 m<sup>2</sup> y un baño de 2,56 m<sup>2</sup>. El área ocupada con estas tres zonas mencionadas hasta el momento es de 39,44 m<sup>2</sup>.

Con lo que respecta a algunas de las actividades a llevarse a cabo dentro de la propiedad se contará con un área donde se practicará la terapia de yoga, meditación y terapias emocionales con una superficie de 11,93 m<sup>2</sup>, por otro lado, se tiene a la zona donde se desarrollará el taller de artesanías con un área de ocupación de 11,16 m<sup>2</sup>. Sumando así un espacio de 23,09 m<sup>2</sup> para las actividades holísticas en el interior de la construcción.

Se puede decir entonces que el espacio total a ocuparse dentro de la infraestructura ya establecida en el terreno es de 62,53 m<sup>2</sup>.

**Tabla 10***Áreas fuera de la infraestructura presente en el terreno.*

<b>Cantidad</b>	<b>Áreas</b>	<b>m<sup>2</sup></b>	<b>Área ocupada</b>
1	Terreno	855 m <sup>2</sup>	
7	Tiendas de campaña pareja	20,25	141,75
1	Cocina de leña	29,64	29,64
1	Área de baño de cajón y rituales	19	19
1	Área de Spa	16,4	16,4
1	Bodega	9,56	9,56
1	Área de lavado y secado	9,79	9,79
1	Cine camping	25	25
1	Área de fogata	42	42
1	Garaje	58,68	58,68
1	Baño compartido	3,9	3,9
	<b>total</b>		<b>355,72</b>

Elaborado por: las autoras, 2022

En las zonas verdes del establecimiento se instalarán 7 tiendas de campaña diseñadas para pareja cada una con una superficie de 20,25 m<sup>2</sup>, en total el área ocupada por este tipo de tiendas es de 141,75 m<sup>2</sup>. En cuanto a los servicios complementarios se puede mencionar que la cocina de leña ocupará 29,64 m<sup>2</sup>. El espacio para el cine camping es de 25 m<sup>2</sup> y el área de fogata posee 42 m<sup>2</sup>. Se contará también con un garaje de 58,68 m<sup>2</sup> con capacidad de resguardar 3 vehículos y un baño compartido de 3,9 m<sup>2</sup>. Tomando en cuenta las medidas anteriores se puede decir que se ocupará una superficie total de 300,97 m<sup>2</sup> para las áreas mencionadas.

Las actividades holísticas que se realizarán en los espacios verdes comprenderán un área de baño de cajón y rituales con una extensión de 19 m<sup>2</sup>. A su vez la zona de spa, misma que ya existe en la propiedad, contará con una dimensión de 16,4 m<sup>2</sup>, junto a estas también se

cuenta con el área de lavado y secado con 9,79 m<sup>2</sup>, y la bodega con 9,56 m<sup>2</sup>, dando así una ocupación total de 54.75 m<sup>2</sup>.

Se puede mencionar que la superficie total que se piensa ocupar fuera de la construcción ya realizada es de 355,72 m<sup>2</sup>. Sumando las dimensiones tanto del interior como del exterior de la infraestructura, se obtiene un resultado final para mencionar que el emprendimiento de un campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística va a ocupar un área total de 418,25 m<sup>2</sup>.

### 4.3 Ingeniería del proyecto

#### 4.3.1 Productos y proceso

##### 4.3.1.1 Diseño planimétrico

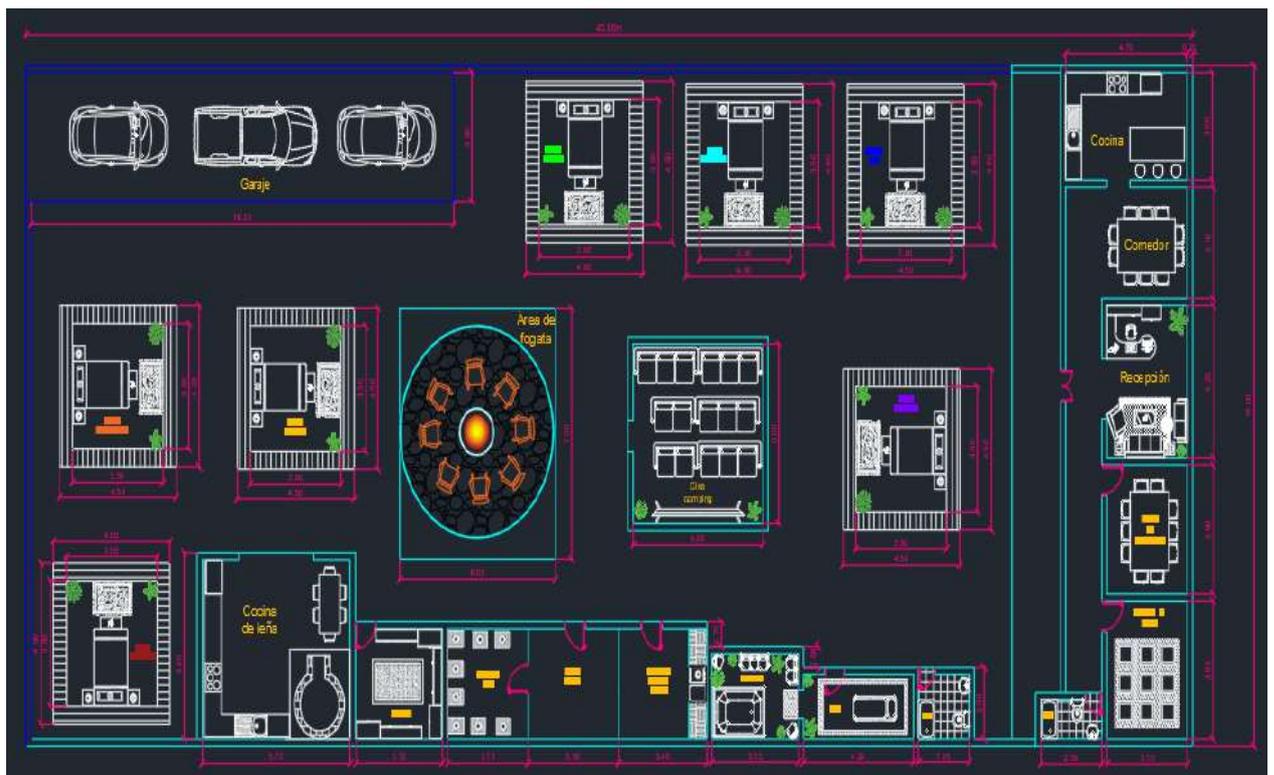


Figura 21 Plano general del establecimiento

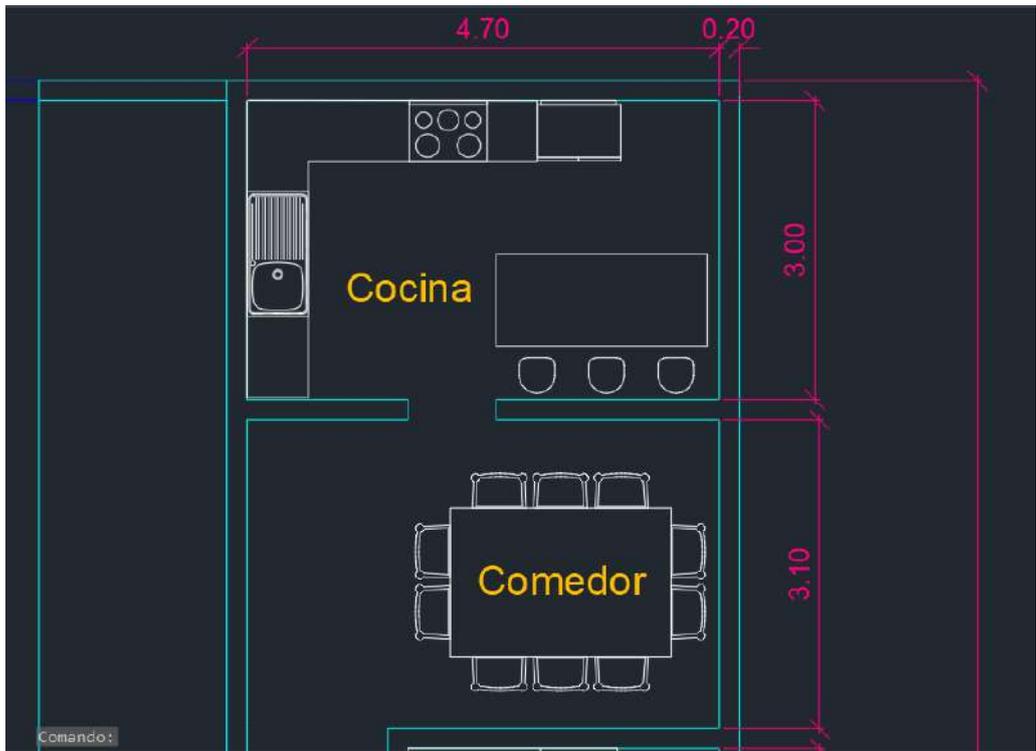


Figura 22 Plano de cocina y comedor

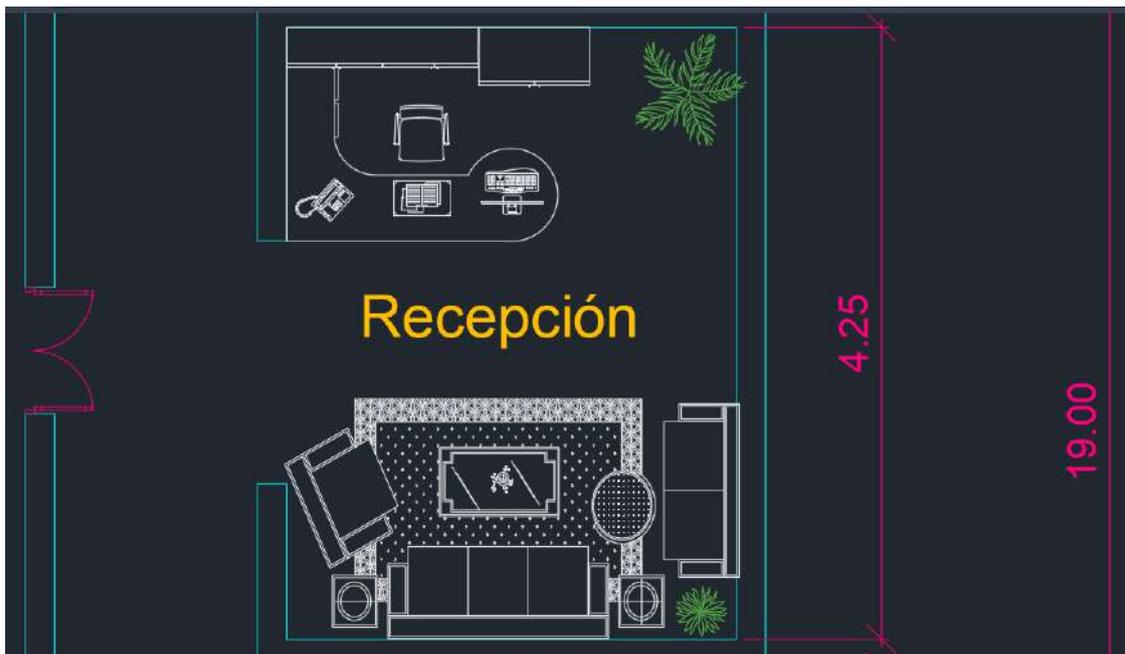


Figura 23 Plano de recepción



Figura 24 Plano taller de artesanías

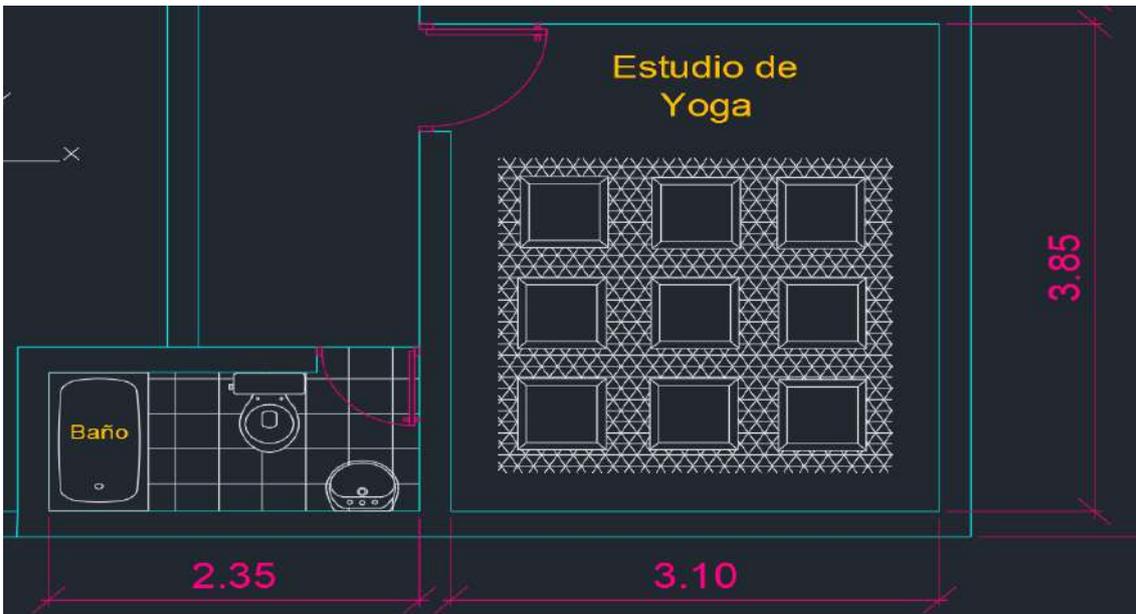


Figura 25 Plano estudio de yoga

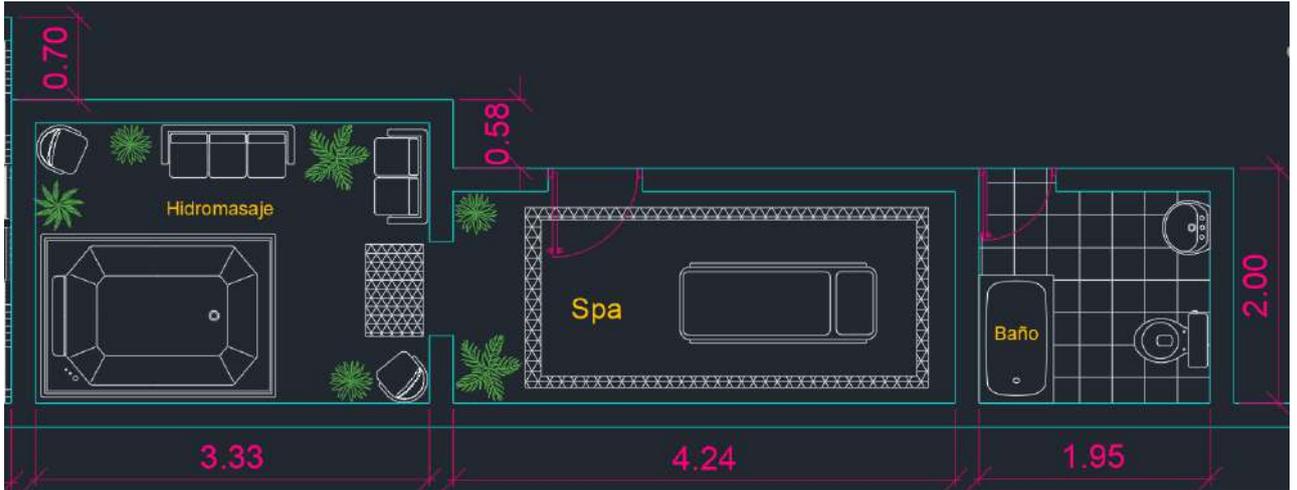


Figura 26 Plano área Spa

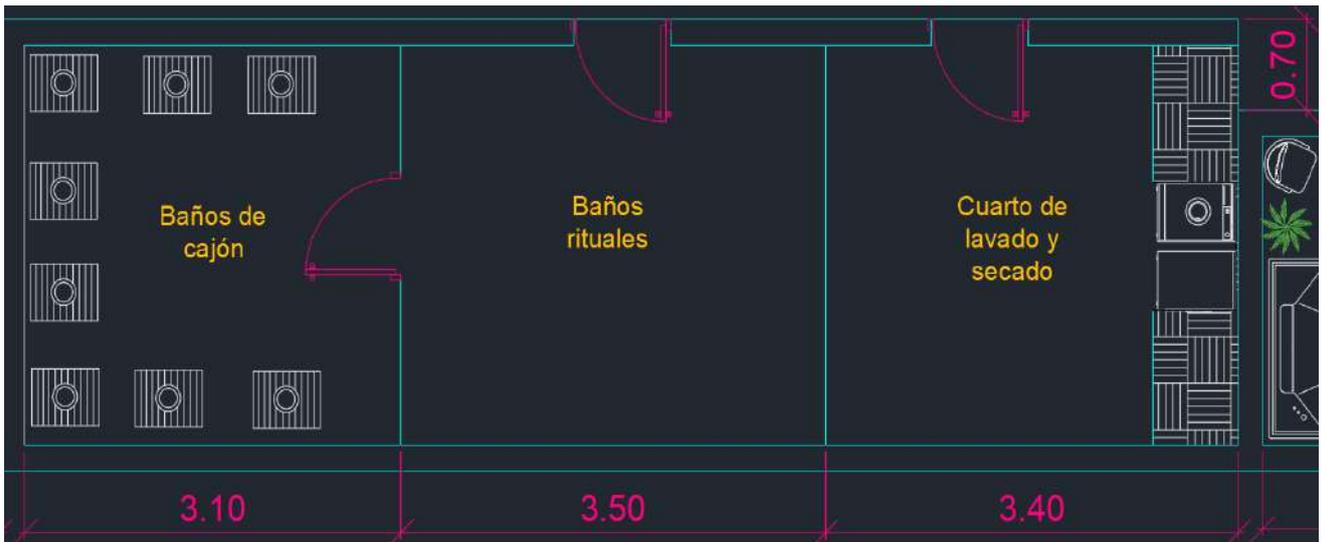


Figura 27 Plano área baños rituales y de cajón

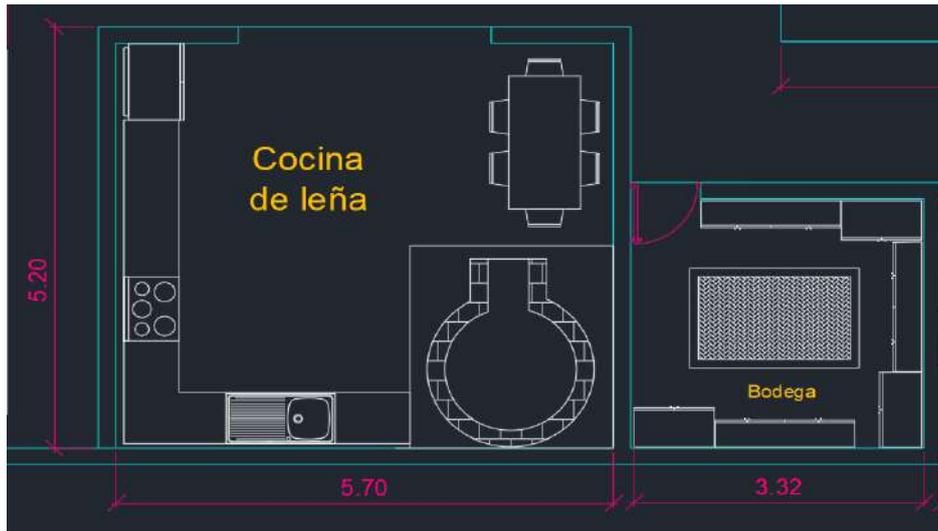


Figura 28 Plano cocina de leña y bodega

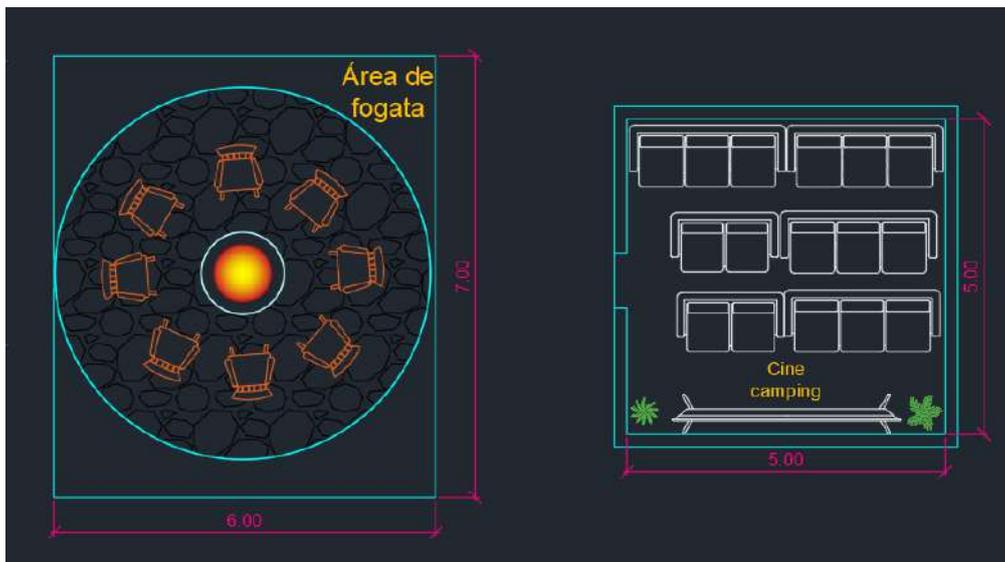


Figura 29 Plano área de fogata y cine camping



Figura 30 Plano Garaje



Figura 31 Plano tienda de campaña Muladhara



Figura 32 Plano tiendas Anahata, Vishuddha, Ajna

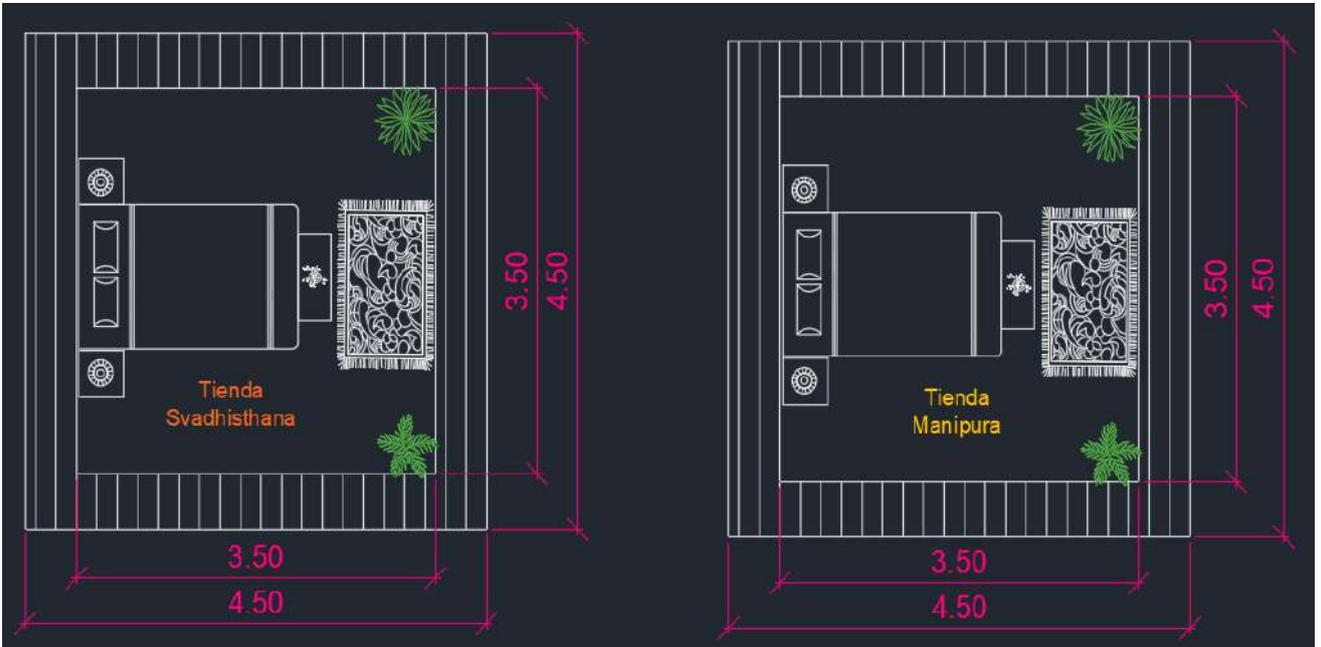


Figura 33 Plano tiendas Svadhishthana y Manipura

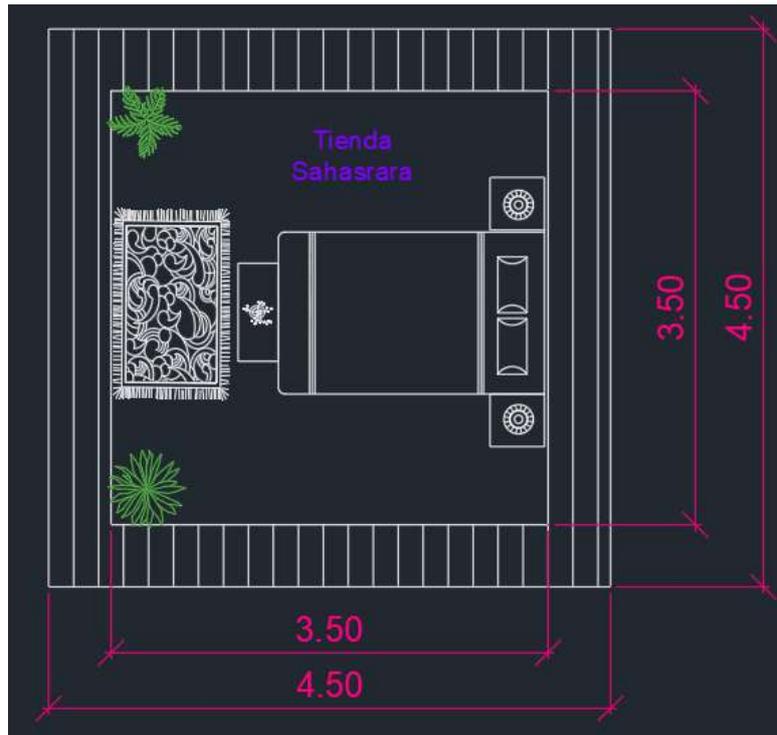


Figura 34 Plano tienda Sahasrara

#### 4.3.1.2 Caracterización y diseño del producto / servicio

El presente emprendimiento tiene como finalidad que las personas gocen de un tipo de alojamiento diferente al aire libre, donde sean capaces de conectarse con la naturaleza y mejorar su salud emocional y espiritual por lo cual se brindarán diferentes servicios enfocados en el bienestar del visitante, mismos que se detallan a continuación.

*Fundamentación.*

*Alojamiento.*

Como primer punto en el servicio de alojamiento se plantea la ocupación de 7 carpas tipo boutique, a razón de que se ha tomado en cuenta la capacidad del espacio del terreno de 855 metros cuadrados y la preferencia del tipo de carpa de los encuestados. Por otro lado también se relaciona el uso de 7 carpas como una analogía de los 7 chakras dentro de la filosofía yóguica, por esta razón cada una de las carpas contará con la temática y estilo dedicado a cada uno de los 7

chakras respectivamente. Se ha considerado esta idea ya que aporta atractivo y funciona como una herramienta de sanación para los huéspedes. Se ha considerado la ocupación de 7 tiendas de campaña dobles en vista de que la encuesta realizada refleja que el 44,68% de los encuestados prefieren viajar al menos con un acompañante.

#### *Tiendas de campaña dobles.*

#### *Instalaciones:*

Se pretende la utilización de 7 carpas tipo boutique dobles, contarán con servicio de Internet y uso de baño compartido.

#### *Carpa tipo boutique:*

- Longitud: 3,5 x 3,5m<sup>2</sup>, de diámetro y 2,5 m de alto.
- Material: lona de algodón impermeable
- Estructura: acero galvanizado
- Color: blanco
- Capacidad: 2 personas
- Puerta para mosquitos secundaria.

#### *Muebles y equipos:*

- 1 cama doble
- 2 veladores
- 2 lámparas de sal
- 1 porta inciensos
- 1 calefactor
- 1 baúl al pie de la cama
- Para decoración cuadros, esculturas, velas aromáticas, plantas ornamentales, un juego de luces y flores según el chakra que le corresponda.

#### *Lencería:*

- 1 colchón de dos plazas de espumación HR.
- 1 cobertor de colchón
- 1 juego de sábanas de 2 plazas
- 2 cobijas
- 1 edredón térmico de 2 plazas
- 2 almohadas
- 2 cojines
- 1 manta extra
- 1 alfombra 2 metros cuadrados a la entrada

*Amenities:*

- 2 jabones pequeños
- 2 shampoo en sachet
- 1 Botella de agua 1lt.
- 2 Vasos de cristal
- 1 rollo de papel higiénico
- 2 Chocolates
- Alcohol desinfectante
- Inciensos artesanales
- 2 toallas personales

*Baño compartido*

- Ducha eléctrica
- 2 espejos
- 1 rodapiés de baño
- Cortina de ducha
- 1 retrete
- 1 lavamanos
- Plantas ornamentales

Precio: \$20

### *Terapias Alternativas.*

El presente emprendimiento contempla la aplicación de terapias alternativas como tratamiento complementario para equilibrar el organismo en sus aspectos físico, mental o espiritual, y establecer un balance entre el individuo y el entorno. De acuerdo con las preferencias reveladas en la encuesta aplicada se pretende impartir 7 terapias holísticas, donde cada una cumple la función de estimular y balancear cada chakra. Por este motivo el orden a impartir las terapias se corresponde con el orden de ubicación de estos centros energéticos a lo largo de la columna empezando por la base de la columna y terminando en la coronilla.

Los chakras son centros por los cuales fluye la energía de la vida, que se encuentren activados o bloqueados influye en varios aspectos físicos, emocionales y mentales por lo que es fundamental tenerlos en perfecto equilibrio. Cuando están equilibrados, aparece una sensación de bienestar general y de sintonía con el universo. Sin embargo, si están bloqueados se pierde el equilibrio interior. En consecuencia, el presente emprendimiento entiende la importancia de equilibrar los chakras, por lo que propone las siguientes actividades.

#### *Yoga.*

*Chakra raíz – representado con el color rojo, ubicada en la base de la columna. Se relaciona con la vitalidad y la supervivencia.*

El yoga es un método muy efectivo para abrir el chakra de la raíz. Esta terapia será practicada en los espacios verdes del establecimiento, es importante mencionar que esta destreza conecta el cuerpo, la respiración y la mente, mejora a nivel general el estado físico, reduce la presión arterial, mejora la concentración, coordinación, ayuda a la relajación, a combatir la depresión, la

ansiedad y a mejorar la confianza en uno mismo. Esta terapia tiene una duración de 2 horas.

Elementos a ocuparse: 12 mats de yoga

Precio: \$ 10

*Terapia de manejo de emociones.*

*Chakra sacro – Está ubicado por debajo del ombligo en la zona de la matriz. Está relacionado con toda clase de procesos psicológicos y mentales como las emociones, el placer, la creatividad o la necesidad de socializar. Habla de la reconciliación de emociones.*

Esta actividad es un tipo de terapia centrada en las emociones. Se enfoca en procesar emocionalmente las situaciones, mediante la observación y atención a la emoción como una reacción adaptativa que hace posible la supervivencia y la reacción al medio. Por medio de esta terapia el visitante podrá identificar diferentes situaciones que pueden llegar a disparar el enojo, ansiedad y toda la gama emocional. Además aprenderá a expresar y manejar las emociones adecuadamente favoreciendo la activación del chakra sacro. Esta terapia irá de la mano de la biodecodificación, la cual es una pseudociencia donde se postula que el origen de toda enfermedad son los conflictos emocionales no resueltos. Su fin es decodificar la enfermedad para conseguir la curación liberando emociones reprimidas. Esta actividad tiene una duración de hora y media.

Precio: \$8

*Terapia del fuego del despojo.*

*Chakra plexo solar - Se relaciona con el intelecto, la autodisciplina y la motivación. Su color es el amarillo y su elemento es el fuego.*

La actividad de fuego del despojo será desarrollada en el área de fogata. Aquí las personas se desprenderán simbólicamente de todo aquello que les ha estado haciendo daño en su vida cotidiana mediante el elemento fuego. El huésped anota aquellas circunstancias que le producen estrés, depresión o ansiedad y lo queman en la fogata. Todo esto será entregado y despojado de sus vidas para alcanzar el bienestar.

Elementos a ocuparse: hojas de papel, esferos.

Precio: \$8

*Fabricación de artesanías.*

*Chakra corazón – Se relaciona con la capacidad de amar incondicionalmente, además del perdón, la compasión y la aceptación de uno mismo.*

La fabricación de artesanías se basa en la terapia ocupacional en la cual gracias a la realización de objetos manuales se estimulan las habilidades y destrezas de las personas. Los huéspedes crearán un amuleto de amor propio con sus propias manos, esta ayudará a los visitantes a disminuir el estrés, aumentar la autoestima y enfocarse en realizar algún objeto artesanal el cual mejorará la concentración, dejando a un lado cualquier problema o preocupación.

Elementos a ocuparse: porcelana fría, óleos de colores, goma, laca y elementos de bisutería.

Precio: \$12

*Meditación Guiada.*

*Chakra de la garganta – se relaciona con la comunicación*

La meditación guiada será puesta en marcha a través de grupos de meditación los cuales se colocarán en lugares estratégicos del establecimiento, recitarán afirmaciones y algunos cantos propiciando el desbloqueo del chakra.

Este método holístico ayuda a calmar la mente y reducir el estrés. Su objetivo específico es que las personas entren en un estado profundo de relajación, modificando así su estado de ánimo, mejorando así la salud y adquiriendo un sentimiento de bienestar.

Elementos a ocuparse: equipo de sonido

Precio: \$8

*Baños rituales y de cajón.*

*Chakra del tercer ojo – se relaciona con el sistema nervioso y endócrino.*

Los baños de cajón consisten en introducir el cuerpo en una caja grande de madera y sacar la cabeza por un orificio del medio para respirar. Para un buen tratamiento, el cuerpo debe estar encerrado totalmente y así ser aprovechado por el vapor de agua que se lo hace con flores, esencias y hierbas medicinales que invaden todo el cajón a temperaturas muy altas, con la cual se empieza a sudar y a eliminar toxinas permitiendo purificar el organismo.

Elementos a ocuparse: baño de cajón, eucalipto, rosas, romero, tanque de gas.

Precio: \$20

*Masajes terapéuticos.*

*Chakra corona - es el centro de la conexión espiritual. Conecta las partes física, emocional, mental y espiritual.*

Los masajes terapéuticos se podrán en práctica en las áreas de spa del establecimiento, cada uno de estos masajes a realizarse ayudará a los visitantes a sacar toda tensión en los músculos, mejorando así la circulación sanguínea. Todo cansancio, estrés y dolor de algún tipo será aliviado, brindando a las

personas un estado de relajación, cambiando así su humor, contribuyendo a su vez al equilibrio emocional, reduciendo ansiedad y la agresividad.

Elementos a ocuparse: camilla, esencias aromáticas, aceites corporales, velas aromáticas, instrumentos de masajes.

Precio: \$15

### *Cine Camping.*

Al caer la noche se contará con la actividad de cine camping al aire libre, donde se proyectará material audiovisual con contenido motivacional y de reflexión para que el visitante se nutra de conocimiento y continúe despertando su conciencia. Se ha tomado en cuenta esta actividad ya que además de ser novedosa, brinda la oportunidad de hacer llegar información amplia y variada a los huéspedes por medio de la ocupación de la tecnología lo que la convierte en un servicio que complementa la experiencia del visitante.

### *Equipos tecnológicos*

- Proyector
- Equipo de sonido
- Computadora

### *Ambientación*

- Cojines
- Cobijas
- juegos de luces decorativas
- Candelabros
- velas
- Lona blanca
- Plantas de interior

### *Cocina de leña.*

Para complementar la experiencia turística se encuentra a disposición del visitante el área de cocina de leña y parrilla para la libre preparación de alimentos.

Incluye:

- Horno de leña
- Cocina de leña
- Parrilla
- Mesa amplia de madera
- Sillas de madera
- Utensilios de cocina

### *Duración.*

Con base en la preferencia de los encuestados por un fin de semana como tiempo de estadía se propone la realización de las siete terapias alternativas en dos días, siendo que la hora de inicio de la primera actividad será a las 10 am y la última termina a las

**Tabla 11**  
*Itinerario*

Check-in	9 am
Primera actividad	Yoga - 10:00 am a 12:00 pm
Segunda actividad	Terapia de manejo de emociones - 15:00 pm a 17:30 pm
Tercera actividad	Fogata del despojo - 18:00 pm a 19:30 pm
Cine Camping	20:00 pm

Cuarta actividad	Fabricación de artesanías – 9 am a 11 pm
Quinta actividad	Meditación guiada – 11 am a 12 pm
Sexta actividad	Baño ritual - 14: 00 pm a 16:00 pm
Séptima actividad	Masajes terapéuticos - 16:00pm a 18:pm
Check-out	19:00 pm

Elaborado por: las autoras, 2022

### *Costo.*

Tomando en cuenta que en la encuesta se reflejó que el 60% de los encuestados están dispuestos a pagar menos de \$40 por el alojamiento y las terapias alternativas por persona se proponen los siguientes costos.

Terapias alternativas + tienda de campaña doble: \$50

Terapias alternativas + tienda de campaña individual: \$30

Terapias alternativas por persona: \$20

#### **4.3.1.3 Descripción de prestación del servicio**

La prestación del servicio empezará cuando el potencial cliente busca establecer contacto con el emprendimiento para realizar la reserva. Para esto se ha tomado en cuenta el resultado más votado en las encuestas sobre utilizar las redes sociales. En concordancia, el emprendimiento contará con una página en Facebook, una en Instagram y WhatsApp. Estos son los 3 canales por los cuales los clientes podrán establecer contacto con el campamento turístico y hacer la reserva.

Otra forma por la cual los clientes podrán tener acceso al campamento es a través de convenios realizados con diferentes centros homeopáticos de la Sierra

Norte del país, por lo tanto aquellas personas que estén buscando remedios alternativos más saludables y menos invasivos para sus afecciones físicas o emocionales tendrán la posibilidad de llegar directamente al establecimiento, siendo así considerada su estadía y realización de actividades holísticas en el campamento turístico como parte del tratamiento homeopático requerido por el usuario.

Una vez que el cliente hace su llegada al establecimiento se le recibirá en la recepción, donde se le darán instrucciones claras sobre su estadía y se hace la entrega del itinerario de las terapias alternativas. El check in será a las 9 am y el check out a las 19:00 pm del otro día.

*Políticas y normas de comportamiento.*

1. El cliente tiene la obligación ineludible de respetar los horarios de check-in y check-out.
2. No podrán ingresar al campamento personas diferentes a las registradas.
3. El cliente que el día de su salida desocupe su tienda de campaña después de las 19:00 pm, sin previo aviso y sin justificar su retraso, deberá pagar un día adicional a la duración de su reserva.
4. Cada cliente es responsable por los daños y/o perjuicios que ocasione a sí mismo, a otros huéspedes, a trabajadores, o a equipamiento e infraestructura del campamento, quedando obligado al pago o indemnización correspondiente.
5. Queda expresamente prohibido lo siguiente:
  - Ingresar animales.
  - Causar daño a los árboles, arbustos, ramas y flores.
  - Botar basura, y hacer fogatas fuera del área especializada.
  - Portar armas de cualquier tipo.
  - Generación de ruido y alteración de la paz

*Otros aspectos a tomar en cuenta.*

- No se cuenta con servicio de alimentación.

*Servicios complementarios a los que puede acceder el huésped.*

Una vez informado el cliente se lo dirige a su tienda de campaña y a las 10:00 am inicia la primera terapia alternativa. Se continúa con la realización de las terapias de acuerdo con el itinerario, cada terapia tiene una duración de 1 hora y media a dos horas. Se ha tomado en cuenta un receso al medio día donde los clientes disponen de dos horas para que puedan dirigirse a las áreas de preparación y consumo de alimentos. Finalmente el check out será a las 19:00 pm del segundo día.

### **4.3.2 Maquinarias y equipos**

#### **4.3.2.1 Áreas dentro de la infraestructura**

**Tabla 12**

*Costo requerimiento recepción y administración*

<b>Cantidad</b>	<b>Requerimiento</b>	<b>Coto unitario</b>	<b>Costo total</b>
1	Recibidor rústico	\$200	\$200
2	Computadora	\$600	\$1200
1	Teléfono fijo	\$55	\$55
1	Teléfono móvil	\$240	\$240
1	Archivador	\$100	\$100
1	Impresora	\$184	\$184
1	Juego de muebles rústicos para espera	\$700	\$700
1	Mesa central	\$60	\$60
2	Sillas de escritorio	\$60	\$120
5	Sillas rústicas	\$40	\$200
2	Lámparas de techo	\$60	\$120
4	Lámparas de pie	\$50	\$200
5	Cuadros decorativos	\$15	\$75

3	Plantas de interior	\$10	\$30
1	Espejo	\$30	\$30
1	Reloj de pared	\$30	\$30
1	Basurero	\$14	\$28
1	Botiquín de primeros auxilios	\$30	\$30
1	Casillero de seguridad 12 puertas	\$76	\$76
<b>Subtotal</b>			<b>\$3648</b>

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 13**

*Yoga - meditación - manejo de la ira*

Cantidad	Requerimiento	Costo unitario	Costo total
15	Mats	\$10	\$150
15	Cojines de 80 cm x 80 cm	\$7	\$105
2	Parlantes	\$30	\$60
4	Plantas de interior grandes	\$15	\$60
4	Maseteros grandes	\$10	\$40
12	Plantas de interior pequeñas	\$10	\$120
12	Maseteros pequeños colgantes	\$7	\$84
4	Candelabros	\$20	\$80
4	Cuadros decorativos	\$15	\$60
2	Guirnaldas de luz	\$18	\$36

1	Porta incienso	\$6	\$6
1	Mesita de madera	\$20	\$20
1	Escultura de Buda	\$36	\$36
1	Cuenco de cristal	\$11	\$11
7	Piedras minerales	\$10	\$70
<b>Subtotal</b>			<b>\$938</b>

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 14**  
*Taller de artesanías*

Cantidad	Requerimiento	Costo unitario	Costo total
1	Mesa de madera 4x3 m <sup>2</sup>	\$200	\$200
15	Sillas de madera	\$30	\$450
15	Carpetas plásticas	\$1	\$15
15	Rodillos	\$15	\$225
2	Juegos de acocadores	\$10	\$20
10	Nervaduras	\$7	\$70
2	Juego de 12 pinceles	\$12	\$24
2	Juego de 10 cortadores	\$20	\$40
1	Estantería	\$50	\$50
<b>Subtotal</b>			<b>\$1094</b>

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 15**  
*Cocina de interior*

Cantidad	Requerimiento	Costo unitario	Costo total
1	Cocina a gas de 6 quemadores con horno	\$370	\$370
1	Refrigeradora (256 lt)	\$400	\$400
1	Microondas	\$100	\$100
1	Licadoras	\$100	\$100

1	Sanduchera	\$50	\$50
1	Extractor de olor	\$160	\$160
1	Lavabo de acero inoxidable 100x50	\$40	\$40
1	Basurero	\$14	\$14
1	Estantería de vajilla	\$20	\$20
6	Ollas	\$30	\$180
2	Docena de platos hondos	\$15	\$30
2	Docena de platos planos	\$15	\$30
15	tazas	\$1	\$15
3	Docena de cubiertos	\$10	\$30
1	Juego de cuchillos	\$30	\$30
<b>Subtotal</b>			\$1569

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 16**

*Comedor de interior*

Cantidad	Requerimiento	Costo unitario	Costo total
1	Mesa de madera 1.5 x 2.5m	\$150	\$150
8	Sillas	\$30	\$240
1	Centro de mesa	\$30	\$30
1	Basurero	\$14	\$14
<b>Subtotal</b>			\$434

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 17**

*Baño de interior*

Cantidad	Requerimiento	Costo unitario	Costo total
1	Inodoro	\$90	\$90
1	Lavabo de cerámica	\$90	\$90

1	Ducha eléctrica	\$30	\$30
1	Cortina de ducha	\$10	\$10
1	Espejo	\$10	\$10
1	Basurero	\$14	\$14
1	Lámpara de pared	\$20	\$20
<b>Subtotal</b>			\$264

Elaborado por: las autoras, 2022

#### 4.3.2.2 Áreas fuera de la edificación

**Tabla 18**

*Área de tiendas de campaña dobles*

Cantidad	Requerimiento	Costo unitario	Costo total
7	Tienda de campaña (3.5x3.5 m <sup>2</sup> )	\$200	\$1400
7	Cama de dos plazas	\$200	\$1400
7	Colchones de dos plazas	\$150	\$1050
14	Veladores	\$50	\$700
14	Lámparas de sal	\$24	\$336
7	Calefactores	\$50	350
7	Baúles de madera	\$30	\$210
7	Porta inciensos	\$6	\$42
14	Cobertores de colchón	\$15	\$210
14	Juegos de sábanas	\$15	\$210
14	Almohadas	\$18	\$672
28	Cobijas	\$15	\$420
14	Edredones térmicos	\$30	\$420
28	Cojines	\$10	\$280
14	Mantas extra	\$7	\$98
7	Alfombras de 2 m <sup>2</sup> para la entrada	\$20	\$140
14	Cuadros de decoración	\$15	\$210
14	Plantas ornamentales	\$10	\$140
7	Esculturas de buda	\$20	\$140
14	Guirnaldas de luces	\$6	\$84
14	Vasos de cristal	\$1	\$14
7	Basureros	\$14	\$98
14	Toallas personales	\$15	\$215
<b>Subtotal</b>			\$8839

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 19***Área de cocina de leña*

<b>Cantidad</b>	<b>Requerimiento</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
1	Parrilla	\$15	\$15
2	Aventador	\$4	\$8
1	Mesa	\$150	\$150
8	Sillas	\$30	\$240
1	Lavabo de piedra	\$130	\$130
1	Juego de ollas	\$80	\$80
1	Horno de Leña	\$400	\$400
<b>Subtotal</b>			<b>\$1023</b>

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 20***Área de cine camping*

<b>Cantidad</b>	<b>Requerimiento</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
1	Proyector	\$200	\$200
1	Equipo de sonido	\$150	\$150
1	Computadora	\$600	\$600
3	Guirnaldas de luces	\$6	\$18
1	Cortina de luces led	\$15	\$15
15	Cojines	\$10	\$150
4	Mesas auxiliares	\$30	\$120
4	Candelabros	\$20	\$80
6	Sillones	\$50	\$300
2	Calefactor chimenea eléctrica	\$175	\$350
<b>Subtotal</b>			<b>\$1983</b>

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 21**  
*Área de fogata*

Cantidad	Requerimiento	Costo unitario	Costo total
1	Soporte de fogata	\$80	\$80
4	Guirnaldas de luces	\$6	\$24
12	Sillas de madera	\$30	\$360
12	Cojines	\$10	\$120
<b>Subtotal</b>			<b>\$584</b>

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 22**  
*Baño compartido*

Cantidad	Requerimiento	Costo unitario	Costo total
1	Inodoro	\$90	\$90
1	Lavabo de cerámica	\$90	\$90
1	Toalla de manos	\$7	\$7
1	Espejo	\$10	\$10
1	Lámpara de pared	\$20	\$20
1	Basurero	\$14	\$14
1	Ducha eléctrica	\$30	\$30
1	Cortina de ducha	\$10	\$10
<b>Subtotal</b>			<b>\$271</b>

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 23**  
*Área de spa*

Cantidad	Requerimiento	Costo unitario	Costo total
1	Camilla para masajes	\$180	\$180
15	Toallas	\$15	\$225
7	Pindas herbales	\$15	\$105
4	Sábanas	\$15	\$60
1	Basurero	\$14	\$14
1	Parlante	\$30	\$30

1	Jacuzzi inflable 2x2 m <sup>2</sup>	\$500	\$500
7	Plantas de interior pequeñas	\$10	\$70
3	Guirnalda de luces resistente al agua	\$18	\$54
1	Espejo grande 1,5 x 1,5 m	\$50	\$50
3	Sillones de mimbre	\$70	210
<b>Subtotal</b>			\$1498

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 24**

*Área de baño de cajón y rituales*

Cantidad	Requerimiento	Costo unitario	Costo total
8	Baños de cajón	\$35	\$280
15	Toallas	\$15	\$225
4	Lámparas de pared	\$20	\$80
<b>Subtotal</b>			\$585

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 25**

*Bodega*

Cantidad	Requerimiento	Costo unitario	Costo Total
3	Estanterías	\$50	\$150
3	Anaqueles	\$40	\$120
15	Cajoneras	\$5	\$75
1	Lámpara de pared	\$20	\$20
<b>Subtotal</b>			\$365

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 26**  
*Área de lavado y secado*

<b>Cantidad</b>	<b>Requerimiento</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Total</b>
1	Lavadora	\$450	\$450
1	Secadora	\$300	\$300
15	Canasto para ropa	\$7	\$105
1	Lámpara de pared	\$20	\$20
2	Estantería	\$50	\$100
<b>Subtotal</b>			<b>\$975</b>

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 27**  
*Área de parqueadero*

<b>Cantidad</b>	<b>Requerimiento</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
3	Monturas	\$80	\$240
1	Cabeza de buey	\$100	\$100
1	Yugo	\$20	\$20
1	Barril antiguo	\$25	\$25
3	Bulto de paja	\$4	\$12
4	Buganvillas	\$15	\$60
<b>Subtotal</b>			<b>\$457</b>

Elaborado por: las autoras, 2022

### 4.3.3 Materia prima e insumos

**Tabla 28**

*Suministros de trabajo*

<b>Cantidad</b>	<b>Suministros</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
1 paquete 6 unidades	Velas aromáticas	\$15	\$15
1 kilo	Carbón	\$8	\$8
1 atado	Leña	\$3	\$3
1 unidad	Lacas sin brillo	\$1.50	\$1.50
1 caja 24 unidades	Óleos	\$12	\$12
1 libra	Porcelana fría	\$10	\$10
1 litro	Aceite de vaselina	\$9	\$9
1 paquete 100 unidades	Argollas con cadena para llavero	\$8.50	\$8.50
1 litro	Goma líquida	\$3	\$3
1 paquete 100 unidades	Jabones pequeños	\$25	\$25
1 caja 100 unidades	Shampoo en sachet	\$25	\$25
1 paquete 24 unidades	Papel higiénico	\$10	\$10
1 paquete 12 varillas	Inciensos artesanales	\$3	\$3
1 caja 6 unidades	Chocolate 60g	\$21	\$21
1 caja 6 unidades	Aceites esenciales	\$30	\$30
1 caja 6 unidades	Esencias aromáticas	\$25	\$25
1 unidad	Tanque de gas	\$40	\$40
<b>Subtotal</b>			<b>\$ 246</b>

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 29**

*Suministros de oficina*

<b>Cantidad</b>	<b>Suministros</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
1 unidad	Libro de registro	\$8	\$8

1 resma	Papel bon	\$3	\$3
1 caja 12 unidades	Tinta de impresora	\$50	\$50
1 caja 24 unidades	Esferos	\$3.60	\$3.60
1 unidad	Grapadora	\$8	\$8
1 caja 1000 unidades	Grapas	\$1	\$1
1 paquete 12 unidades	Carpetas colgantes	\$7	\$7
6 unidades	Carpetas archivadoras	\$3	\$18
1 unidad	Perforadora	\$7	\$7
<b>Subtotal</b>			<b>\$105.60</b>

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 30**  
*Suministros de aseo para tres meses*

<b>Cantidad</b>	<b>Suministros</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
3 unidades	Escobas	\$ 3.50	\$10.50
2 unidades	Palas	\$2	\$4
3 unidades	Trapeadores	\$4	\$12
10 paquetes	Fundas de basura	\$1	\$10
4 galones	Desinfectante	\$8	\$32
6 fundas 5kg	Detergente	\$10.50	\$63
4 galones	Cloro	\$5	\$20
2 galones	Alcohol antiséptico	\$8	\$16
4 unidades	Limpiones	\$1	\$4
4 unidades	Escobilla para baño	\$3	\$12
6 unidades	Baldes plásticos	\$3	\$18
<b>Subtotal</b>			<b>\$201.50</b>

Elaborado por: las autoras, 2022

#### 4.3.4 Personal

**Tabla 31**

*Personal de trabajo para el emprendimiento*

Cantidad	Trabajadores	Sueldo
1	Administrador	\$425
1	Polifuncional en recepción y camarería de piso	\$425
1	Masajista - yogui	\$200
1	Psicoterapeuta	\$200
1	Técnico en mantenimiento	\$200
1	Contador	\$80
	<b>Subtotal</b>	<b>\$1530</b>

Elaborado por: las autoras, 2022

#### 4.3.5 Requerimientos específicos del proyecto

##### 4.3.5.1 Áreas dentro de la infraestructura

**Tabla 32**

*Requerimientos recepción y administración*

Cantidad	Requerimiento
1	Mostrador rústico
2	Computadoras
1	Teléfono fijo
1	Teléfono móvil
1	Archivador
1	Impresora
1	Juego de muebles rústicos para espera
1	Mesa central
2	Sillas de escritorio
5	Sillas rústicas
2	Lámparas de techo
4	Lámparas de pie
5	Cuadros

3	Plantas de interior
2	Espejos
1	Reloj de pared
2	Basureros
1	Botiquín de primeros auxilios
1	Casillero de seguridad 12 puertas

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 33**

*Requerimientos yoga - meditación - manejo de la ira*

Cantidad	Requerimiento
15	Mats
15	Cojines de 80 cm x 80 cm
2	Parlantes
4	Plantas de interior grandes
4	Maseteros grandes
12	Plantas de interior pequeñas
12	Maseteros pequeños colgantes
4	Candelabros
4	Cuadros decorativos
2	Guirnaldas de luz
1	Porta incienso
1	Mesita de madera
1	Escultura de Buda
1	Cuenco de cristal
7	Piedras minerales

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 34**  
*Requerimientos Taller de artesanías*

<b>Cantidad</b>	<b>Requerimiento</b>
1	mesa de madera 4x3 m <sup>2</sup>
15	Sillas
15	Carpetas plásticas
15	Rodillos
2	Juegos de acoadores
10	Nervaduras
1	Juego de 12 pinceles
2	Juegos de 10 cortadores
1	Estantería

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 35**  
*Requerimientos Cocina de interior*

<b>Cantidad</b>	<b>Requerimiento</b>
1	Cocina a gas de 6 hornillas
1	Refrigerador
1	Microondas
1	Licadoras
1	Sanduchera
1	Extractor de olor
1	Lavabo de acero inoxidable 100x50
1	Basurero
1	Estantería de vajilla
6	Ollas
2	Docena de platos hondos
2	Docena de platos planos

15	Tazas
3	Docena de cubiertos
1	Juego de cuchillos

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 36**  
*Requerimientos Comedor de interior*

Cantidad	Requerimiento
1	Mesas
8	Sillas
1	Centro de mesa
1	Basurero

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 37**  
*Requerimientos Baño de interior*

Cantidad	Requerimiento
1	Inodoro
1	Lavabo de cerámica
1	Ducha eléctrica
1	Cortina de ducha
1	Espejo
1	Basurero
1	Lámpara de pared

Elaborado por: las autoras, 2022

#### 4.3.5.2 Áreas fuera de la edificación

**Tabla 38**  
*Requerimientos Área de tiendas de campaña para pareja*

Cantidad	Requerimiento
7	Tiendas de campaña (3.5x3.5 m <sup>2</sup> )

7	Camas de dos plazas
7	Colchones de dos plazas
14	Veladores
14	Lámparas de sal
7	Calefactores
7	Baúles de madera
7	Porta inciensos
14	Cobertor de colchón
14	Juego de sábanas
14	Almohadas
28	Cobijas
14	Edredón térmico
28	Cojines
14	Manta extra
7	Alfombra de 2 m <sup>2</sup> para la entrada
14	Cuadro de decoración
14	Plantas ornamentales
7	Esculturas de buda
14	Guirnaldas de luces
14	Vasos de cristal
14	Toallas personales

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 39***Requerimientos área de cocina de leña*

<b>Cantidad</b>	<b>Requerimiento</b>
1	Parrilla
2	Aventador
1	Mesa
8	Sillas
1	Lavabo de piedra
6	Ollas
1	Horno de leña

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 40***Requerimientos área de cine camping*

<b>Cantidad</b>	<b>Requerimiento</b>
1	Proyector
1	Equipo de sonido
1	Computadora
3	Guirnaldas de luces
1	Cortina de luces led
15	Cojines
4	Mesas auxiliares
4	Candelabros
6	Sillones
2	Calefactor chimenea eléctrica

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 41***Requerimientos área de fogata*

<b>Cantidad</b>	<b>Requerimiento</b>
1	Soporte de fogata
4	Guirnaldas de luces
12	Sillas de madera
12	Cojines

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 42***Requerimientos baño compartido*

<b>Cantidad</b>	<b>Requerimiento</b>
1	Inodoro
1	Lavabo de cerámica
1	Toalla de manos
2	Espejo
1	Lámpara de pared
1	Basurero
1	Ducha eléctrica
1	Cortina de ducha

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 43***Requerimientos área de spa*

<b>Cantidad</b>	<b>Requerimiento</b>
1	Camilla para masajes
15	Toallas
7	Pindas herbales
4	Sábanas
1	Basurero
1	Parlante
1	Jacuzzi inflable 2x2m

7	Plantas de interior
3	Guirnalda de luces resistente al agua

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 44**  
*Requerimientos área de baño de cajón y rituales*

Cantidad	Requerimiento
8	Baños de cajón
15	Toallas
4	Lámparas de pared

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 45**  
*Requerimientos área de Bodega*

Cantidad	Requerimiento
3	Estanterías
3	Anaqueles
15	Cajoneras
1	Lámpara de pared

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 46**  
*Requerimientos área de lavado y secado*

Cantidad	Requerimiento
1	Lavadora
1	Secadora
10	Canastas para lencería
1	Lámpara de pared

<b>2</b>	Estanterías
----------	-------------

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 47**  
*Requerimientos área de parqueadero*

<b>Cantidad</b>	<b>Requerimiento</b>
<b>3</b>	Monturas
<b>1</b>	Cabeza de buey
<b>1</b>	Yugo
<b>1</b>	Barril antiguo
<b>3</b>	Bulto de paja
<b>4</b>	Buganvillas

Elaborado por: las autoras, 2022

#### 4.3.5.3 Obra civil necesaria

La propiedad de 855 m<sup>2</sup> ya cuenta con una construcción que consta de 2 mediaguas de estilo rústico, construidas con ladrillo visto y acabados de madera. Cabe mencionar que, el público encuestado tiene apego a ambientes de estilo rústico; esto se presenta en el %69 por lo que se pretende conservar dicho estilo para forjar la identidad del ambiente del establecimiento.

**Tabla 48**  
*Costo propiedad*

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
<b>1</b>	Propiedad de 855 m <sup>2</sup> con construcción	\$86.000	\$86.000
<b>Subtotal</b>		<b>\$86.000</b>	

Elaborado por: las autoras, 2022

Es importante mencionar que dicha propiedad ya posee algunas de las áreas que se requieren para el funcionamiento del emprendimiento turístico. Una de

ellas es el área de spa, puesto a que anteriormente ya se brindaba este servicio como emprendimiento familiar y se hicieron las instalaciones necesarias para su funcionamiento. Esta área dejó de operar por un año a causa de la pandemia, pero se procura su recuperación para propósitos turísticos. Otras de las áreas que ya están construidas son la cocina y comedor de interior, un recibidor, dos cuartos, dos baños, cocina de leña y garaje. Además de esto, se cuenta con un espacio de terreno con sembrío de árboles frutales y un pequeño viñedo.



*Figura 35 Área actual Spa  
Tomado. Autoría propia*

Las áreas de cocina y comedor de interior cada año han sido sometidos a recibir mantenimiento por lo que actualmente su estado es bueno, por lo tanto, estas áreas no requieren reparaciones ni adecuaciones. Para la decoración de este espacio se ha hecho uso de antigüedades, lo que hace de este ambiente un lugar interesante y acogedor. Por otro lado, en el área del recibidor se planea adecuar la recepción, por lo que se harán cambios en cuanto a muebles, en infraestructura no se ve necesario hacer cambios ya que el estado y estilo son óptimos.



*Figura 36 Áreas construidas  
Tomado. Autoría propia*

Se procura el uso de los dos cuartos para ubicar un taller de artesanías y un estudio de meditación, yoga, y terapias respectivamente. En cuanto a infraestructura ambos espacios tienen paredes de ladrillo, baldosas artesanales y acabados de madera en buen estado por lo que no requieren reparaciones ni adecuaciones. En el taller de artesanías se ubicará una mesa grande de madera, sillas y estanterías con todos los implementos que se utilizarán, además de algunos cuadros para decoración. En el estudio de Yoga, meditación y terapias emocionales se ubicarán mats y cojines de forma paralela, luces decorativas, velas, un altar a Buda y plantas de interior para lograr un ambiente relajante.

El área de Spa tiene una dimensión de 18,09 m<sup>2</sup> y consta de 2 zonas actualmente, una zona de masajes y una zona de espera. En la zona de masajes se encuentra ubicada una camilla, estanterías con implementos para masajes y un sillón de mimbre. Para la recuperación y aprovechamiento de esta zona en el campamento turístico se planea hacer adecuaciones que hagan de esta área más reconfortante para los visitantes. Para esto se plantea una limpieza minuciosa, cambio de cortinas y restauración de muebles. Las paredes de ladrillo visto, piso de baldosas artesanales y acabados de madera curada con brea se encuentran en buen estado por lo que estos componentes no requieren de arreglos exhaustivos.

Por otro lado, en lo que actualmente es la sala de espera del spa se planea adecuar una zona húmeda para un mejor aprovechamiento del espacio, donde se ubicará un hidromasaje portátil para lo que habrá de construirse una base de madera donde encaje dicho artículo. Además, para la decoración de este ambiente se utilizarán algunas plantas de interior, guirnaldas de luces, un espejo grande, velas y sillones de mimbre.



Figura 37 Hidromasaje  
Tomado. Google imágenes

**Tabla 49**  
*Costo instalación hidromasaje*

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total
1	Base de madera 2.5 x 2.5 m <sup>2</sup>	\$70	\$70
1	Instalación	\$20	\$20
<b>Subtotal</b>		\$90	

Elaborado por: las autoras, 2022

En el espacio de terreno se adecuarán las áreas de cine camping, área de fogata y área de tiendas de campaña. Las adecuaciones del área de camping consisten en la construcción de una base de madera de 4,5 x 4,5 m<sup>2</sup> donde se ubicarán las tiendas de campaña y para la decoración del exterior se utilizarán guirnaldas de luces y candelabros con velas. La misma decoración se utilizará para el cine camping y fogata.

**Tabla 50**  
*Costo instalación de tiendas*

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total
7	Base de madera 4,5x 4,5 m <sup>2</sup>	\$100	\$700
7	Instalación	\$50	\$350

<b>Subtotal</b>	<b>\$1050</b>
-----------------	---------------

Elaborado por: las autoras, 2022

En el espacio del área de cine camping se ubicará una pérgola en forma de cuadrado de 3 m de altura y 5x5 m<sup>2</sup> de diámetro. Para el piso se construirá una base de entablado, la estructura de la pérgola será de madera con techo de policarbonato y el mismo material se utilizará a modo de paredes para conservar el calor. En la estructura de la pérgola se hará una adecuación para la pantalla de proyección de películas, por lo cual se tomarán en cuenta las medidas de una pantalla de lona de algodón de 1,5 x 1.5 m<sup>2</sup>, también se incluirán estructuras de madera coqueada como decoración.

**Tabla 51**

*Costo adecuación área de cine camping*

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
<b>40</b>	Vigas de madera	\$12	\$480
<b>2000</b>	Tiras de madera	\$0.40	\$800
<b>10</b>	Clavos de 2 pulgadas (lb)	\$2.00	\$20
<b>1</b>	Cemento quintal	\$8	\$8
<b>2</b>	Arena (carretillas)	\$4	\$8
<b>2</b>	Ripio (carretillas)	\$4	\$8
<b>15</b>	Alambre de electricidad m	\$0.50	\$7.50
<b>2</b>	Tomacorriente	\$2.50	\$5
<b>5</b>	Láminas de policarbonato	\$15	\$75
<b>1</b>	Mano de obra	\$500	\$500
<b>1</b>	Lona de algodón 1,5 x 1.5 m <sup>2</sup>	\$45	\$45
<b>Subtotal</b>			<b>\$1956.50</b>

Elaborado por: las autoras, 2022

Por otro lado, para el área de baños de cajón se requerirá de la construcción de los mismos y la instalación de un sistema generación de vapor de agua. Actualmente en esta zona existe la infraestructura de un piso de cemento, paredes de ladrillo sin techo, lo que es ideal para la generación de vapor de agua.

El área de garaje ya existe en la propiedad, tiene cubierta de teja, piso pavimentado y decoración con barriles antiguos, monturas, yugo, paja y pasamanos de madera.

**Tabla 52**

*Costo adecuación baños de cajón*

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
1	Instalación de sistema de generación de vapor	\$150	\$150
<b>Subtotal</b>			\$150

Elaborado por: las autoras, 2022

#### 4.4 Inversión inicial

**Tabla 53**

*Total de inversión*

<b>Total obra civil</b>	<b>89246.50</b>
<b>necesaria</b>	
<b>Total maquinaria y equipos</b>	24527
<b>Total capital de trabajo</b>	2807.10
<b>Total de inversión</b>	<b>116,580.60</b>

Elaborado por: las autoras, 2022

## **CAPÍTULO V ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

### **5.1 Estructura organizativa y administrativa**

#### **5.1.1 Misión**

Somos un campamento turístico que ofrece alojamiento en tiendas de campaña al aire libre en contacto con la naturaleza y terapias holísticas que favorezcan el bienestar y salud de las personas ubicado en la ciudad de Atuntaqui, que busca ofrecer a turistas nacionales una experiencia renovadora y espiritual, donde el huésped sea capaz de descubrir el misterio de su ser interior, mediante la desconexión con el mundo exterior. Es un lugar creado con el fin de ser un centro armónico de comunicación y difusión para la conciencia humana.

#### **5.1.2 Visión**

Para el año 2026 seremos un emprendimiento reconocido del turismo espiritual y de bienestar a nivel provincial en brindar una experiencia revitalizadora a huéspedes de la provincia de Pichincha. Llegar a ser un campamento turístico especializado en actividades de ocio, recreación y relajación diferenciado de otros establecimientos, por trabajar en el bienestar emocional y físico.

#### **5.1.3 Políticas**

- Proporcionar facilidades turísticas para el disfrute y descanso del cliente.
- Brindar un trato y atención de excelencia a todos los clientes sin discriminación alguna.
- Manejar precios accesibles al consumidor.
- Garantizar la privacidad de datos personales.
- Generar y mantener canales de comunicación con los clientes.
- Todos los trabajadores del emprendimiento deben mantener un comportamiento ético y portar una vestimenta adecuada.

- Capacitar frecuentemente al personal de trabajo.
- Brindar a los empleados de la empresa un entorno seguro y amigable para sus labores cotidianas.
- Minimizar la generación de residuos y realizar una gestión responsable con los mismos.
- Generar confianza y transparencia en la relación con autoridades, proveedores, clientes internos y clientes externos.

#### **5.1.4 Valores**

**Respeto:** Valoramos la individualidad y la dignidad del ser humano, creando un ambiente de armonía y profesionalismo, promoviendo una buena actitud por parte de nuestro equipo de colaboradores.

**Puntualidad:** Cumplimos con los tiempos estimados para la entrega del servicio y la práctica de actividades.

**Honestidad:** Ofrecemos una estadía confiable y el real cumplimiento de las obligaciones planteadas.

**Buen servicio al cliente:** Estamos comprometidos en mantener una buena conducta, brindando un trato digno y amable, satisfaciendo a su vez las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

**Innovación:** Trabajamos permanentemente en ser un emprendimiento competitivo en el mercado que ofrezca diferentes productos o servicios capaces de pensar en el descanso y bienestar emocional de los clientes.

### 5.1.5 Imagen corporativa (logo)



*"Un viaje a tu ser interior"*

*Figura 38 Imagen corporativa  
Tomado. Autoría propia*

### 5.1.6 Organigrama estructural

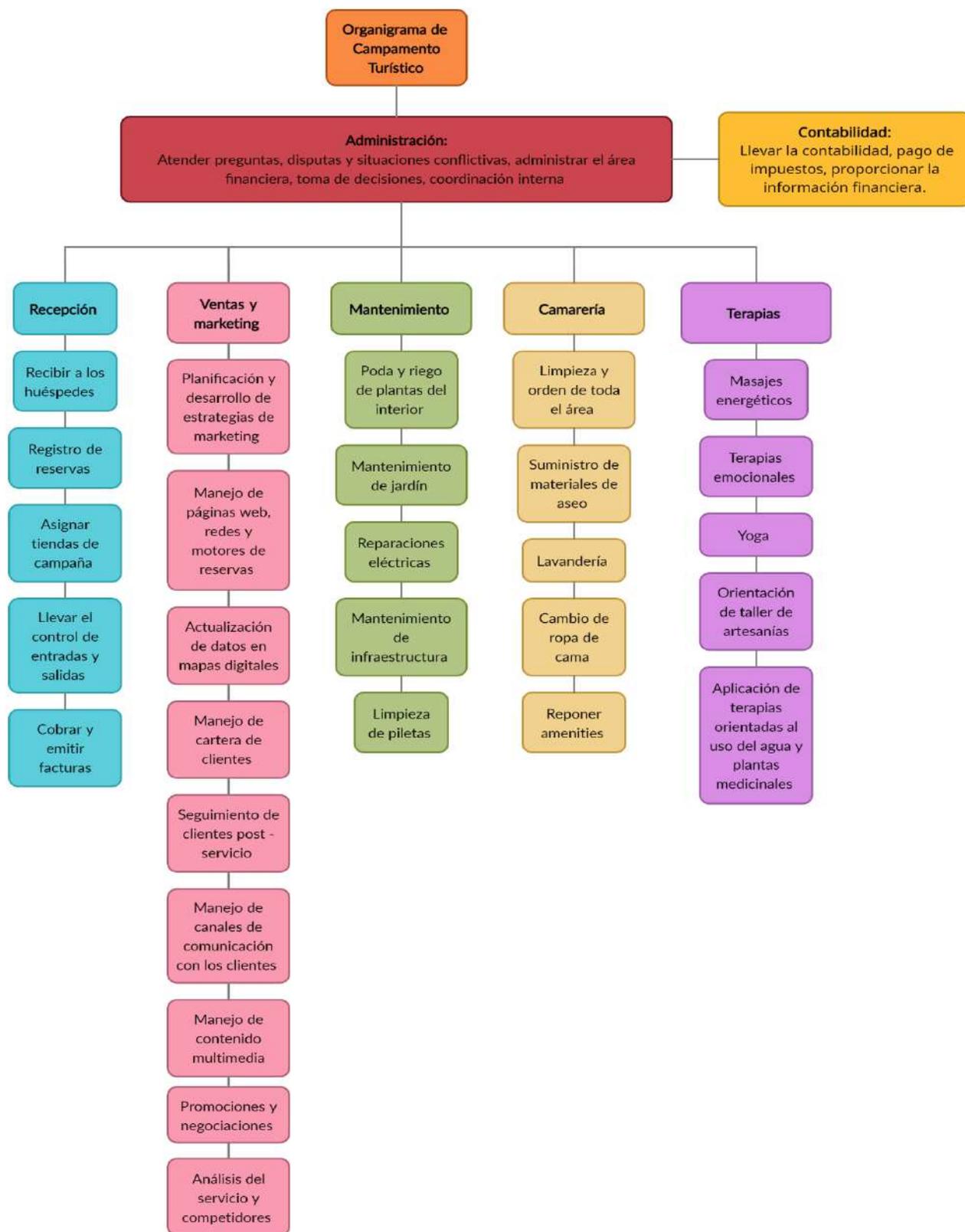


Figura 39 Organigrama estructural  
Tomada. Autoría propia

### 5.1.7 Organigrama Funcional

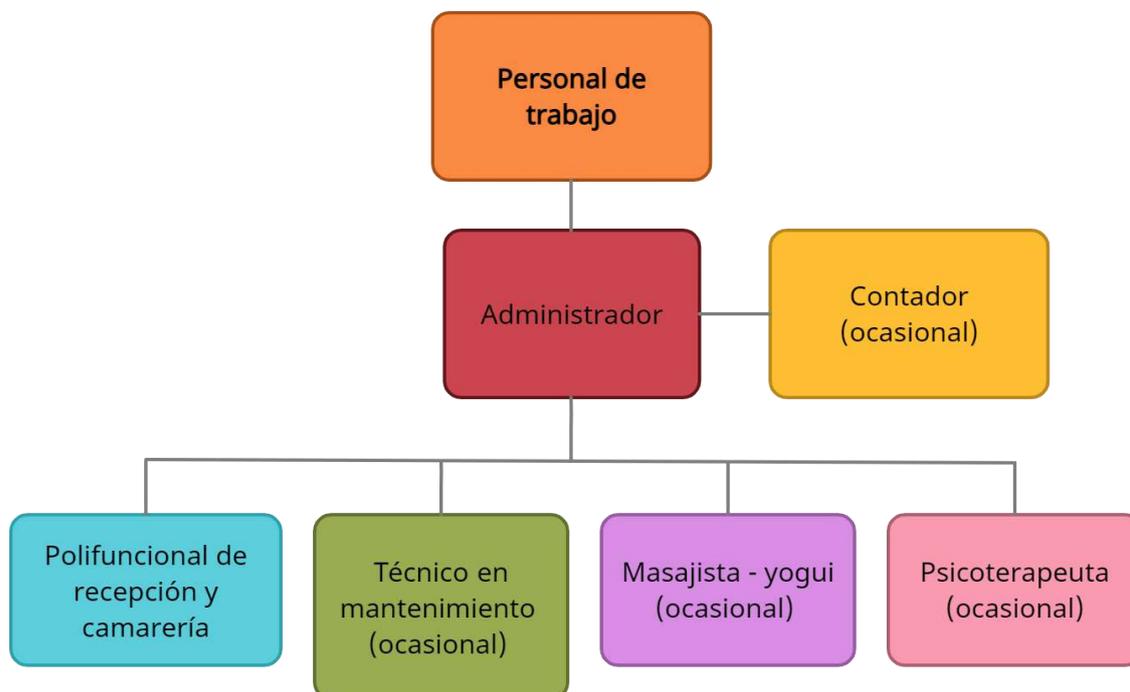


Figura 40 Organigrama Funcional  
Tomada. Autoría propia

#### 5.1.7.1 Manual de funciones

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.01
		Edición :	1
		Fecha:	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO: <b>ADMINISTRADOR</b>			
FUNCIONES:			
	Administración		
	Contabilidad		
	Recepción		

Ventas y marketing	
Mantenimiento	
Camarería	
Terapias	
<b>RESPONSABILIDADES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atender preguntas, disputas y situaciones conflictivas.</li> <li>• Administrar el área financiera.</li> <li>• Toma de decisiones.</li> <li>• Coordinación interna.</li> <li>• Planificación y desarrollo de estrategias de marketing.</li> <li>• Manejo de páginas web redes y motores de reserva.</li> <li>• Actualización de datos en mapas digitales.</li> <li>• Manejo de la cartera de clientes.</li> <li>• Seguimiento de clientes post-servicio.</li> <li>• Manejo de canales de comunicación con los clientes.</li> <li>• Manejo de contenido multimedia.</li> <li>• Realizar promociones y negociaciones.</li> <li>• Analizar el servicio y competidores.</li> </ul>	
<b>COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO</b>	
<b>FORMACIÓN</b>	
<p><b>Formación técnica /profesional</b></p> <p>Licenciado/a en administración de empresas turísticas de alojamiento.</p> <p>Capacitado/a en ventas y marketing.</p> <p><b>Perfil</b></p> <p>Hombre o mujer entre 25 y 45 años.</p> <p><b>Descripción de la formación</b></p> <p>Conocimientos y destrezas en administración empresarial de alojamiento turístico, capaz de planificar, organizar, direccionar y tener un buen control corporativo, gestionar ventas, uso de equipos y tecnología adecuados para realizar el marketing (plataformas, sitios web, contenido multimedia, canales de comunicación).</p>	
<b>EXPERIENCIA</b>	

Experiencia mínima de dos años en actividades similares.	
<b>APTITUDES</b>	
<b>Liderazgo:</b> persona de influencia en los empleados, capaz de alcanzar las metas propuestas, estrategia en la toma de decisiones.	
<b>Capacidad para organizar al personal:</b> apto e inteligente en coordinar al personal de trabajo y que estos cumplan correctamente con sus funciones.	
<b>Responsabilidad:</b> en el cumplimiento de obligaciones laborales, manteniendo siempre la puntualidad, el orden y el compromiso con la empresa.	
<b>Buena atención y comunicación:</b> servicial y empático con todos los clientes, procurando el respeto, la amabilidad antes, durante y después de brindar el servicio.	
<b>Creatividad:</b> en el diseño, generación de propuestas e ideas llamativas con respecto al marketing empresarial.	
<b>Honestidad:</b> ser transparente en todo momento tanto con los clientes, colaboradores y personal externo.	
OBSERVACIONES:	Firma:  Fecha: __/__/__

Figura 41 Funciones de administrador  
Tomada. Autoría propia

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.01
		Edición:	1
		Fecha:	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:			
<b>POLIFUNCIONAL DE RECEPCIÓN Y CAMARERÍA</b>			
FUNCIONES:			
<input type="checkbox"/>	Administración		
<input type="checkbox"/>	Contabilidad		
<input checked="" type="checkbox"/>	Recepción		

	Ventas y marketing	
	Mantenimiento	
	Camarería	
	Terapias	
<b>RESPONSABILIDADES:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibir y dar bienvenida a los huéspedes.</li> <li>• Realizar el registro de reservas.</li> <li>• Asignar las tiendas de campaña.</li> <li>• Llevar el control de entradas y salidas</li> <li>• Cobrar y emitir facturas correspondientes.</li> <li>• Limpiar y ordenar las diferentes áreas.</li> <li>• Suministro de materiales de aseo</li> <li>• Realizar el cambio pertinente de lencería</li> <li>• Reponer de amenities.</li> <li>• Llevar a cabo el lavado y secado correspondiente de la ropa de cama.</li> </ul>		
<b>COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO</b>		
<b>FORMACIÓN</b>		
<p><b>Formación técnica /profesional</b></p> <p>Licenciado/a en hospitalidad y hotelería.</p> <p>Capacitado/a en camarería de piso.</p> <p><b>Perfil</b></p> <p>Hombre o mujer entre 25 y 45 años.</p> <p><b>Descripción de la formación</b></p> <p>Poseer conocimientos en hospitalidad turística enfatizando en la recepción, comunicación con el cliente, control de entradas y salidas, además el uso de equipos de oficina y máquinas de limpieza.</p>		
<b>EXPERIENCIA</b>		
Experiencia mínima de dos años en actividades similares.		
<b>APTITUDES</b>		

**Buena atención y comunicación:** servicial y empático con todos los clientes, procurando el respeto, la amabilidad antes, durante y después de brindar el servicio.

**Diligencia:** persona activa, que muestre interés y esmero en la realización de las funciones establecidas.

**Pulcritud y detallista:** buen cuidado personal, capaz de mantener las diferentes áreas correctamente aseadas y organizadas minuciosamente.

**Responsabilidad:** en el cumplimiento de obligaciones laborales, manteniendo siempre la puntualidad, el orden y el compromiso con la empresa.

**Honestidad:** ser transparente en todo momento tanto con los clientes, colaboradores y personal externo.

OBSERVACIONES:	Firma:
	Fecha: __/__/__

*Figura 42 Funciones de polifuncional recepción y camarería  
Tomada. Autoría propia*

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.01
		Edición:	1
		Fecha:	
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</b> <b>TÉCNICO EN MANTENIMIENTO</b>			
<b>FUNCIONES:</b>			
	Administración		
	Contabilidad		
	Recepción		
	Ventas y marketing		
	Mantenimiento		
	Camarería		
	Terapias		

RESPONSABILIDADES:
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efectuar la poda y riego de plantas de interior</li> <li>• Llevar a cabo del mantenimiento del jardín.</li> <li>• Realizar reparaciones eléctricas, de equipos y maquinaria.</li> <li>• Mantener en orden el almacén o bodega.</li> <li>• Ejecutar el respectivo mantenimiento en la infraestructura.</li> <li>• Realizar limpieza de piletas.</li> </ul>
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO
FORMACIÓN
<p><b>Formación técnica /profesional</b></p> <p>Técnico en Mantenimiento de Hoteles y Alojamientos Turísticos. Capacitado/a en electricidad y jardinería.</p> <p><b>Perfil</b></p> <p>Hombre o mujer entre 25 y 45 años.</p> <p><b>Descripción de la formación</b></p> <p>Conocimientos y habilidades prácticas en electricidad y en mantenimiento de equipos y maquinaria de un alojamiento turístico (diagnóstico y reparación), utilización adecuada de herramientas de jardinería.</p>
EXPERIENCIA
Experiencia mínima de dos años en actividades similares.
APTITUDES
<p><b>Buen servicio:</b> ser persona servicial capaz de brindar el mejor servicio con esmero, que su trabajo pueda ser recomendable.</p> <p><b>Observador:</b> estar pendiente del correcto funcionamiento de equipo y maquinaria.</p> <p><b>Buena comunicación:</b> empático con todos los clientes y colaboradores, procurando el respeto, la amabilidad antes, durante y después de brindar el servicio.</p>

<p><b>Responsabilidad:</b> en el cumplimiento de obligaciones laborales, manteniendo siempre la puntualidad, el orden y el compromiso con la empresa.</p> <p><b>Honestidad:</b> ser transparente en todo momento tanto con los clientes, colaboradores y personal externo.</p> <p><b>Diligencia:</b> persona activa, que muestre interés y esmero en la realización de las funciones establecidas.</p>	
OBSERVACIONES:	Firma:  Fecha: __/__/__

Figura 43 Funciones de técnico de mantenimiento  
Tomada. Autoría propia

	<b>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</b>	Código:	FT.01														
		Edición:	1														
		Fecha:															
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</b>  <p style="text-align: center;"><b>MASAJISTA - YOGUI</b></p>																	
<b>FUNCIONES:</b> <table border="1" style="width: 100%; margin-top: 20px;"> <tr><td style="width: 20px;"></td><td>Administración</td></tr> <tr><td></td><td>Contabilidad</td></tr> <tr><td></td><td>Recepción</td></tr> <tr><td></td><td>Ventas y marketing</td></tr> <tr><td></td><td>Mantenimiento</td></tr> <tr><td></td><td>Camarería</td></tr> <tr style="background-color: #ADD8E6;"><td></td><td>Terapias</td></tr> </table>					Administración		Contabilidad		Recepción		Ventas y marketing		Mantenimiento		Camarería		Terapias
	Administración																
	Contabilidad																
	Recepción																
	Ventas y marketing																
	Mantenimiento																
	Camarería																
	Terapias																
<b>RESPONSABILIDADES:</b>																	

- Realizar masajes energéticos, proporcionando al cliente tratamientos relajantes.
- Terapias emocionales.
- Yoga.
- Meditación guiada.
- Aplicación de terapias orientadas al uso de plantas medicinales.

#### COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO

#### FORMACIÓN

##### **Formación técnica /profesional**

Masajista profesional y profesor de yoga

Capacitado/a manejo de grupos, aromaterapia, meditación.

##### **Perfil**

Hombre o mujer entre 25 y 45 años.

##### **Descripción de la formación**

Conocimientos y destrezas profesionales en masajes y yoga, con capacidad para manejar grupos de personas siendo estas orientadas y guiadas durante sesiones, usar adecuadamente los diferentes elementos para brindar el servicio (esencias, aceites, aromas, plantas medicinales, piedras volcánicas, pindas, cuarzo, etc.)

#### EXPERIENCIA

Experiencia mínima de dos años en actividades similares.

#### APTITUDES

**Buena atención y comunicación:** empático con todos los clientes, procurando el respeto, la amabilidad antes, durante y después de brindar el servicio.

**Buen servicio:** ser persona servicial capaz de brindar el mejor servicio con esmero, que su trabajo pueda ser recomendable.

**Responsabilidad:** en el cumplimiento de obligaciones laborales, manteniendo siempre la puntualidad, el orden y el compromiso con la empresa.

**Honestidad:** ser transparente en todo momento tanto con los clientes, colaboradores y personal externo.

OBSERVACIONES:

Firma:

Fecha: \_\_/\_\_/\_\_

Figura 44 Funciones de masajista yogui  
Tomada. Autoría propia

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.01														
		Edición:	1														
		Fecha:															
DENOMINACIÓN DEL PUESTO: <b>PSICOTERAPEUTA</b>																	
FUNCIONES:																	
<table border="1"><tr><td></td><td>Administración</td></tr><tr><td></td><td>Contabilidad</td></tr><tr><td></td><td>Recepción</td></tr><tr><td></td><td>Ventas y marketing</td></tr><tr><td></td><td>Mantenimiento</td></tr><tr><td></td><td>Camarería</td></tr><tr><td style="background-color: #4F81BD;"></td><td>Terapias</td></tr></table>					Administración		Contabilidad		Recepción		Ventas y marketing		Mantenimiento		Camarería		Terapias
	Administración																
	Contabilidad																
	Recepción																
	Ventas y marketing																
	Mantenimiento																
	Camarería																
	Terapias																
RESPONSABILIDADES:																	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Terapias emocionales</li><li>• Orientación en el taller de artesanías</li><li>• Proporcionar métodos para reordenar y organizar el pensamiento de tal forma que se pueda entender las causas de los problemas emocionales.</li><li>• Facilitar estrategias para recuperación incrementando el bienestar de las personas.</li></ul>																	

COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO	
FORMACIÓN	
<p><b>Formación técnica /profesional</b></p> <p>Licenciado/a en Psicología general</p> <p>Capacitado/a manejo de grupos, realización de artesanías.</p> <p><b>Perfil</b></p> <p>Hombre o mujer entre 25 y 45 años.</p> <p><b>Descripción de la formación</b></p> <p>Persona con conocimientos y habilidades para realizar terapias psicoterapéuticas, siendo capaz de manejar grupos de personas para que las mismas sean guiadas en la práctica de actividades enfocadas en el bienestar emocional de los clientes, destreza artesanal necesaria para la utilización de materiales y orientación para su uso.</p>	
EXPERIENCIA	
Experiencia mínima de dos años en actividades similares.	
APTITUDES	
<p><b>Buena atención y comunicación:</b> empático con todos los clientes, procurando el respeto, la amabilidad antes, durante y después de brindar el servicio.</p> <p><b>Buen servicio:</b> ser persona servicial capaz de brindar el mejor servicio con esmero, que su trabajo pueda ser recomendable.</p> <p><b>Responsabilidad:</b> en el cumplimiento de obligaciones laborales, manteniendo siempre la puntualidad, el orden y el compromiso con la empresa.</p> <p><b>Honestidad:</b> ser transparente en todo momento tanto con los clientes, colaboradores y personal externo.</p>	
OBSERVACIONES:	<p>Firma:</p> <p>Fecha: __/__/__</p>

Figura 45 Funciones psicoterapeuta  
Tomada. Autoría propia

	<b>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</b>	Código:	FT.01														
		Edición:	1														
		Fecha:															
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</b> <p style="text-align: center;"><b>CONTADOR</b></p>																	
<b>FUNCIONES:</b> <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>Administración</td></tr> <tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>Contabilidad</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>Recepción</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>Ventas y marketing</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>Mantenimiento</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>Camarería</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>Terapias</td></tr> </table>				<input type="checkbox"/>	Administración	<input checked="" type="checkbox"/>	Contabilidad	<input type="checkbox"/>	Recepción	<input type="checkbox"/>	Ventas y marketing	<input type="checkbox"/>	Mantenimiento	<input type="checkbox"/>	Camarería	<input type="checkbox"/>	Terapias
<input type="checkbox"/>	Administración																
<input checked="" type="checkbox"/>	Contabilidad																
<input type="checkbox"/>	Recepción																
<input type="checkbox"/>	Ventas y marketing																
<input type="checkbox"/>	Mantenimiento																
<input type="checkbox"/>	Camarería																
<input type="checkbox"/>	Terapias																
<b>RESPONSABILIDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar la contabilidad.</li> <li>• Pago de impuestos.</li> <li>• Proporcionar la información financiera a la administración.</li> </ul>																	
<b>COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO</b>																	
<b>FORMACIÓN</b>																	
<b>Formación técnica /profesional</b> Licenciado/a en contabilidad y auditoría  <b>Perfil</b> Hombre o mujer entre 25 y 45 años.  <b>Descripción de la formación</b>																	

<p>Profesional en contabilidad, capaz de cumplir a cabalidad los trabajos designados, convirtiéndose así en un apoyo fundamental para la administración y esta tome las decisiones finales en la empresa. Debe contar con el dominio de herramientas y plataformas a utilizarse durante su trabajo (Plataforma SRI, hojas de cálculo Excel, Word, etc.).</p>	
<p><b>EXPERIENCIA</b></p>	
<p>Experiencia mínima de dos años en actividades similares.</p>	
<p><b>APTITUDES</b></p>	
<p><b>Responsabilidad:</b> en el cumplimiento de obligaciones laborales, manteniendo siempre la puntualidad, el orden y el compromiso con la empresa.</p> <p><b>Honestidad:</b> ser transparente en todo momento tanto con los clientes, colaboradores y personal externo.</p> <p><b>Diligencia:</b> persona activa, que muestre interés y esmero en la realización de las funciones establecidas.</p>	
<p>OBSERVACIONES:</p>	<p>Firma:</p> <p>Fecha: __/__/__</p>

*Figura 46 Funciones contador  
Tomada. Autoría propia*

### 5.1.7.2 Flujograma de actividades

Proceso de reserva.

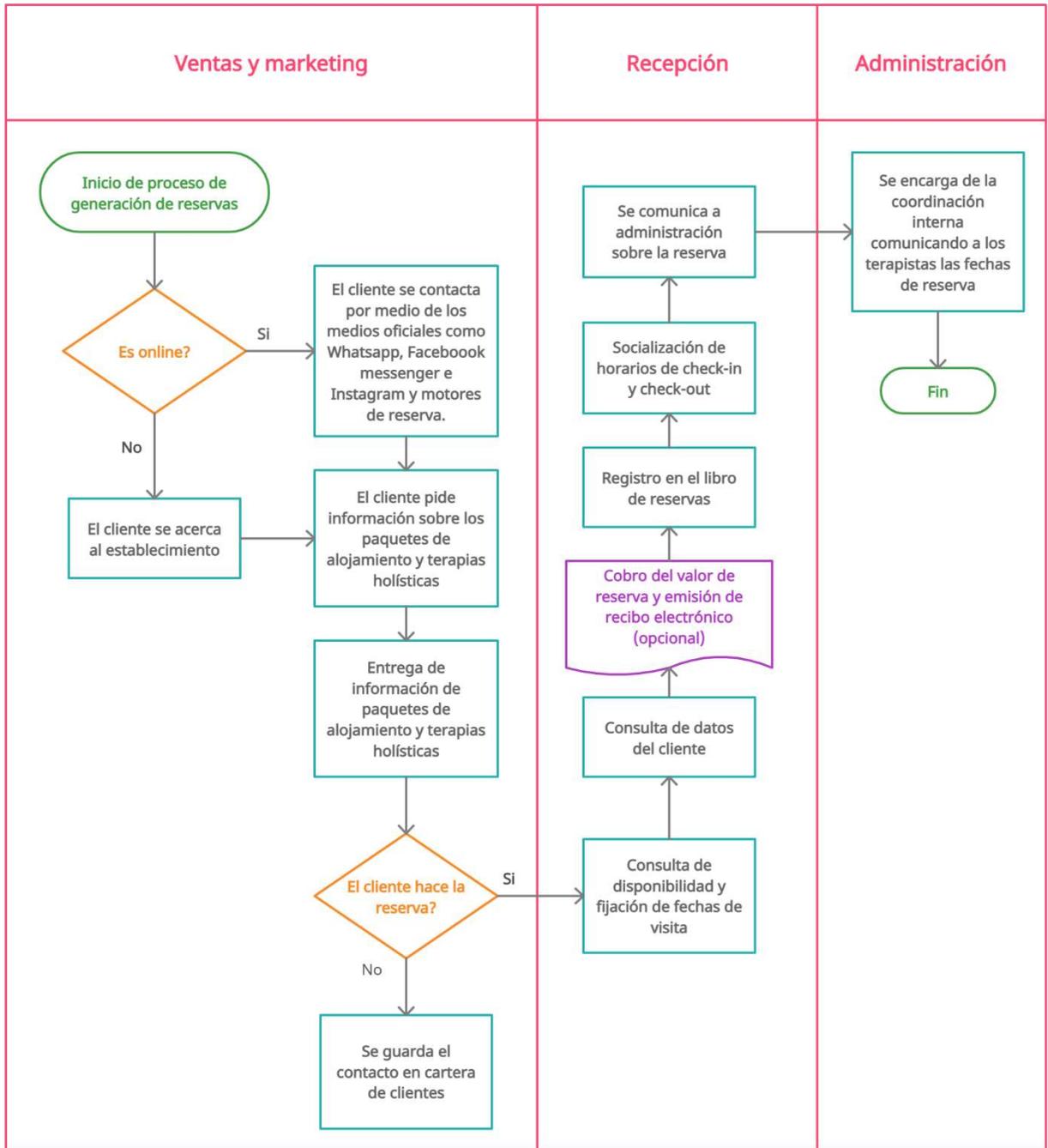


Figura 47 Flujograma proceso de reserva  
Tomada. Autoría propia

Proceso de entrega del servicio.

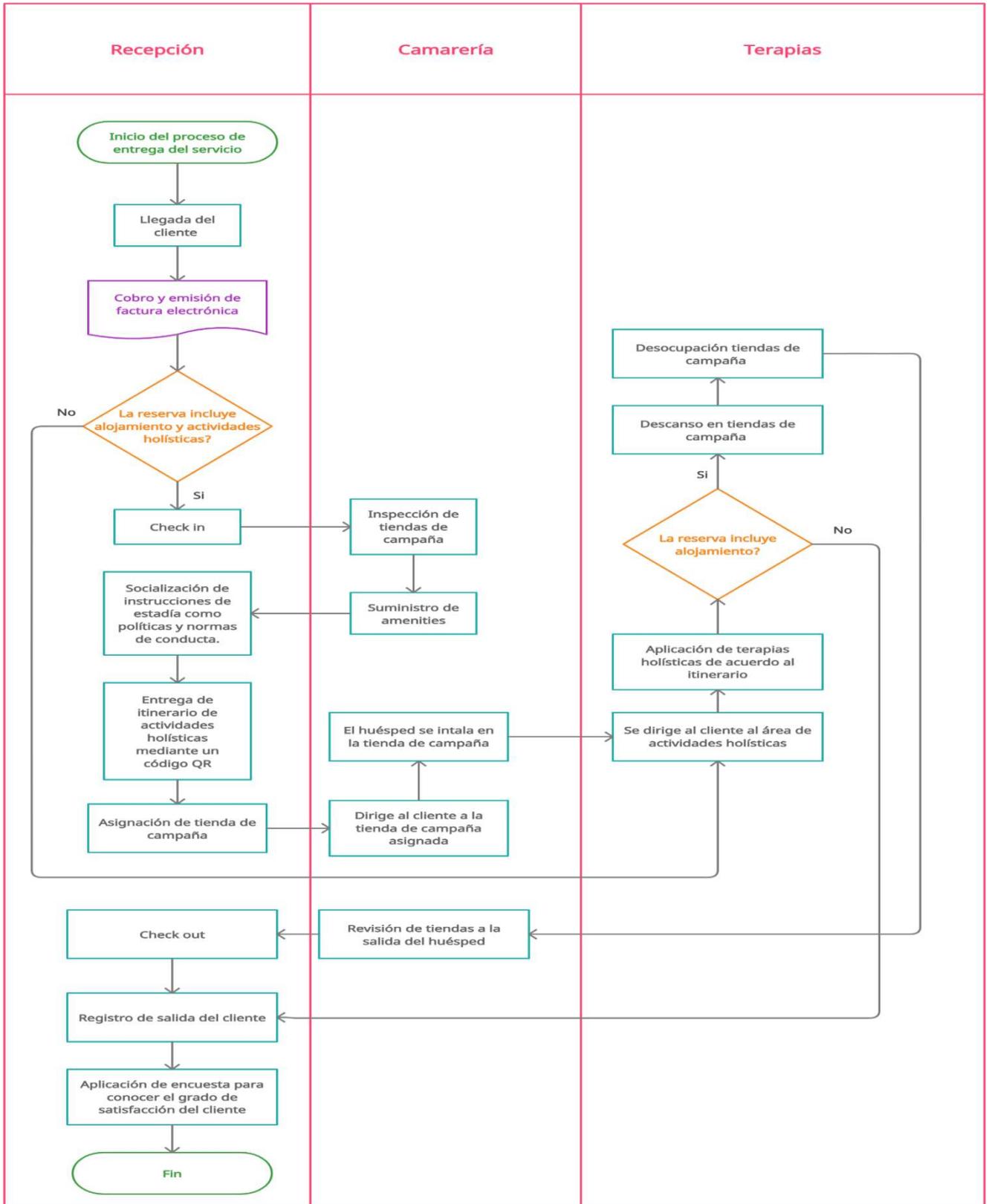


Figura 48 Flujograma entrega de servicio Tomada. Autoría propia

#### *5.1.7.2.1 Descripción del diagrama de flujo.*

##### *Proceso de reserva.*

El proceso de reserva inicia en el área de ventas y marketing cuando el cliente contacta al emprendimiento, ya sea de forma presencial o por medio de WhatsApp, Facebook Messenger o Instagram. El cliente solicita información sobre paquetes de alojamiento y actividades holísticas, si no decide hacer la reserva se guarda el contacto en la cartera de clientes, por otro lado, si decide hacer la reserva, el área de recepción procede a revisar la disponibilidad y fijación de fecha para la visita, se toman los datos del cliente, se hace el cobro del valor de la reserva y se entrega un recibo electrónico, este paso es opcional para el cliente.

Seguidamente se hace el registro en el libro de reservas y se le hace conocer al cliente los horarios del check-in y check-out en caso de que su reserva incluya alojamiento en tiendas de campaña, o de las terapias que haya escogido. Posteriormente y para finalizar con el proceso de reservas, se comunica al área de administración sobre la reserva para que coordine con los terapeutas las fechas de reserva del cliente.

##### *Proceso de entrega del servicio.*

El proceso de entrega del servicio inicia cuando el cliente hace su llegada al establecimiento y el área de recepción se encarga de su acogida y se procede al cobro y emisión de factura electrónica, ahí se le dan instrucciones claras sobre su estadía y se entrega el itinerario de las actividades mediante el escaneo de un código QR. Mientras se hace el check-in el área de camarería inspecciona que las tiendas de campaña se encuentren en condiciones de recibir a los clientes y suministra amenities necesarios. Recepción asigna la tienda de campaña del cliente e inmediatamente camarería lo dirige a ella.

Una vez que el cliente se ha instalado se lo dirige al área de la terapia que le corresponde de acuerdo con su itinerario y se procede con su aplicación. Posterior a la prestación del servicio de terapias holísticas se ejecuta la prestación del servicio de alojamiento donde el cliente puede descansar en su tienda de campaña. Una vez consumidos los servicios el cliente desocupa su habitación y camarería la revisa. En la recepción se procede al check-out, se registra la salida del cliente y finalmente se le aplica una encuesta con el fin de conocer su grado de satisfacción.

Si la reserva del cliente solo incluye la aplicación de terapias holísticas, se lo acoge en la recepción, se procede al cobro y emisión de factura electrónica, seguido de eso se le dirige al área de la terapia por la que haya pagado. Se procede con la realización de las actividades holísticas y una vez culminado el servicio se registra la salida del cliente. De igual manera se le aplica una encuesta que indague el grado de satisfacción con el servicio.

#### ***5.1.8 Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual***

De acuerdo con el reglamento de alojamiento turístico, específicamente el art.12, la categorización del presente emprendimiento se constituye como campamento turístico y se lo define como (2016):

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña; dispone como mínimo de cuartos de baño y aseo compartidos cercanos al área de campamento, cuyos terrenos están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre. Dispone de facilidades exteriores para preparación de comida y descanso, además ofrece seguridad y señalética interna en toda su área. (p.9)

Por otro lado, la categorización de los campamentos turísticos de acuerdo con el art.13 del reglamento de alojamientos turísticos es única, por lo que no cuenta

con estrellas. Partiendo de los servicios que se pretende ofrecer en el campamento turístico como alojamiento y actividades holísticas sumado a que existen dos socios, la constitución de la empresa se enmarcaría en la categoría de Sociedad por Acciones simplificadas (S.A.S), por lo que el nombre del emprendimiento estaría constituido como Campamento Turístico El Despertar S.A.S.

#### **5.1.8.1 Sociedad por Acciones simplificadas S.A.S**

Es una compañía que disminuye de gran manera las barreras de entrada, debido a que sus requerimientos y costos de formación son muy bajos o casi nulos. Creando así una mayor libertad y facilidad al momento de ejercer las diferentes actividades comerciales. El capital mínimo para constituirla no es necesario. Socios de uno o dos como mínimo.

La reserva de denominación que se realiza en esta sociedad es a través de la plataforma de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, en la sección elaboración de un estatuto. Dada la circunstancia que la constitución se realice con la aportación de bienes inmuebles o a su vez se requiera de una escritura pública; este tipo de sociedad se deberá formar mediante escritura pública, ante un notario. Se debe realizar la inscripción en Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC). De acuerdo con el Reglamento de Sociedades por Acciones Simplificadas (2020):

Artículo 4: Constitución de la sociedad por acciones simplificada.- Esta sociedad se constituirá por documento privado, mediante contrato o acto unilateral, que se inscribirá en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, fecha desde la cual inicia la existencia de su vida jurídica. Sin embargo, en el caso de que los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse

por escritura pública e inscribirse también en los registros correspondientes. (p.4)

### **5.1.8.2 Propiedad intelectual**

Por medio de El Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), se procede a hacer el registro correspondiente de la marca que identificará al establecimiento turístico como El Despertar Campamento Turístico.

## **5.2 Propuesta comercial**

### **5.2.1 Nombre comercial de la empresa, los productos o servicios.**

**Logotipos, previstos o para embalajes, envoltorios, rótulos, señalizaciones**



*"Un viaje a tu ser interior"*

*Figura 49 Logo y Slogan  
Tomada. Autoría propia*

### **Logo**

Los elementos que se aprecian en el logo han sido diseñados con el objetivo de que transmitan la identidad del emprendimiento, con el fin de que sea fácil para los clientes captar su concepto al ver el gráfico. Uno de dichos elementos

es la flor de loto. El significado espiritual de la flor de loto es la pureza física y espiritual. El agua lodosa donde habita la planta está asociada con el apego y los deseos carnales, la flor blanca que crece en el agua oscura es símbolo de pureza, elevación espiritual y renacimiento. Por otro lado, se tiene la otra figura que representa una posición de yoga conocida como postura o asana de meditación de loto, que hace referencia a las actividades holísticas que contempla ofrecer el presente emprendimiento.

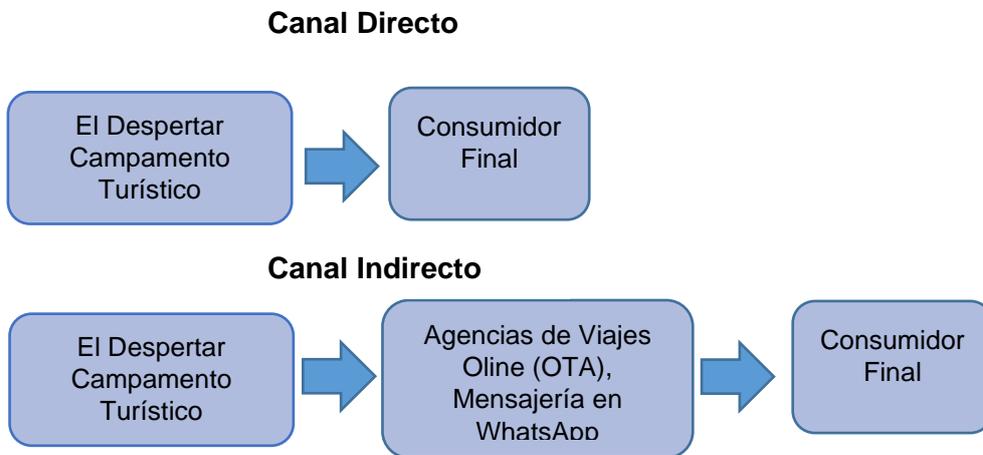
Con respecto a los colores que se aprecian en el logo, han sido escogidos como colores corporativos de la empresa y son tres: blanco, azul turquesa y dorado. El color blanco en marketing es usado para transmitir paz, pureza y sinceridad. Existen siete colores y el blanco ocupa el número ocho, por lo que se dice que su dimensión se encuentra más allá de lo que visible, su significado es misterioso y muy espiritual, cercano a lo divino.

El color azul turquesa es usado en el marketing para transmitir sensaciones de calma, descanso, serenidad y confianza. El azul es el color que serena la mente, pues favorece el equilibrio de las energías, la comunicación y la comprensión. Por último, el color dorado simboliza riqueza, abundancia y relación con la divinidad, se usó en el presente logo para representar la riqueza espiritual.

### **Slogan**

El significado del slogan parte de que al realizar las terapias holísticas el cliente pasará por un proceso de introspección, se sentirá inspirado a mirar hacia su interior, a conocerse y transformarse. El ser interior está constituido por el ser consciente y el ser subconsciente, ahí habitan aspectos claves que son la respuesta a situaciones que ocurren en la vida de cada persona, para entenderlos hay que pasar por un proceso introspectivo, un viaje por el interior de cada persona, donde esta aprenda a conocerse y a partir de ahí transformar lo que le impide avanzar en su vida.

### 5.2.2. Canales de distribución



*Figura 50 Canales de distribución  
Tomada. Autoría propia*

Los canales de distribución que se desea utilizar para poner los servicios del emprendimiento a disposición del cliente al instante y lugar que lo necesite, adquiriendo así más conocimientos sobre la oferta, comparando y seleccionando las mejores opciones para que su estadía, se presentan a continuación:

En primer lugar se tiene al Canal Directo, tal es el caso de El Despertar Campamento Turístico el cual tiene un canal de distribución directa hacia el consumidor final. Llegando así al emprendimiento directamente, con el fin de reservar los servicios de alojamiento y terapias holísticas sin necesidad de un intermediario.

Con respecto al Canal Indirecto Corto existe un intermediario entre el turista y el alojamiento, en el diagrama presentado se tiene a El Despertar Campamento Turístico, seguido de este a las Agencias de Viajes Online (OTA) en las cuales se tiene como por ejemplo a Trip Advisor y Booking.com, en donde el usuario final busca las mejores opciones para su viaje y adquiere los servicios a ofertarse a través de motores de reserva. Se puede utilizar a su vez los medios de

Mensajería especialmente por WhatsApp para ponerse en contacto y hacer la reserva respectiva. Para que el canal indirecto funcione a su vez es necesario contar con cuentas como Google My Business y tener un Sitio Web establecido.

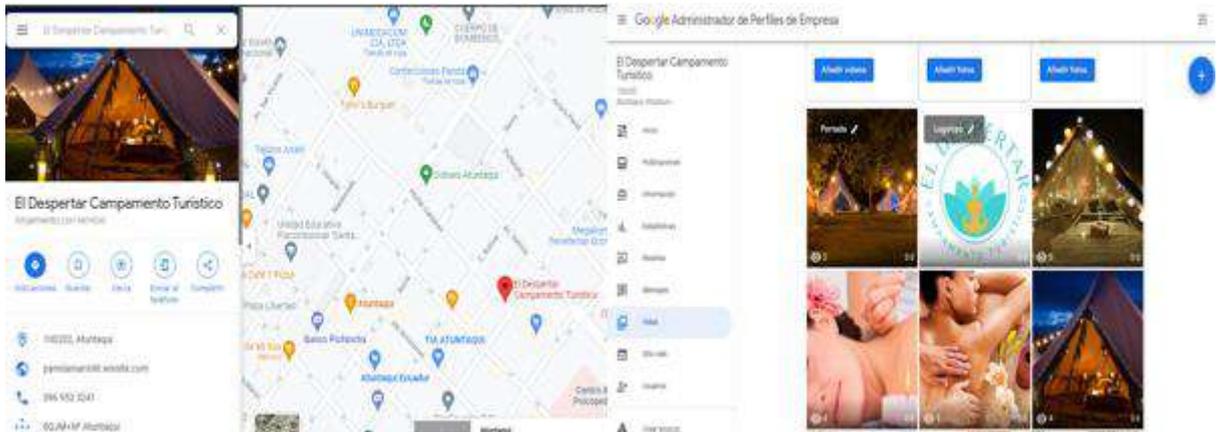


Figura 51 Google My Business Tomada. Autoría propia



Figura 52 Sitio Web Tomada. Autoría propia

**5.2.3 Publicidad tipo: escrita, folletos, periódicos, radio, campañas de promoción, paquetes de productos en oferta, otras promociones, marketing digital.**

*Marketing tradicional.*

Para conocimiento de la ubicación del emprendimiento se procederá a la colocación de señalética visual de direccionamiento para el mismo. Por otro lado,

en el establecimiento se instalará los diferentes letreros por donde el público será capaz reconocer la propiedad desde la distancia.

### *Marketing digital.*

Con base en el resultado de las encuestas planteadas se puede afirmar que las personas prefieren recibir información y publicidad del establecimiento a través de medios digitales como son redes sociales y portales web, los cuales son el principal medio de difusión tanto para consumidores locales como de otras provincias.

#### *5.2.3.1 Desarrollo de elementos promocionales-comunicacionales.*

Los elementos promocionales que están contemplados para el desarrollo publicitario del emprendimiento son:

- Spot de radio

Se pretende realizar una cuña radial en la emisora JC Radio-La Bruja (105.9 FM), cuyo costo en horario definido es de 13 dólares y con una duración de 40 segundos.

- Redes Sociales

Se planea crear cuentas de perfil comercial en las redes sociales Facebook, Instagram y WhatsApp, las cuales se encargarán de promocionar las actividades, los espacios y las terapias ofrecidas en el proyecto turístico.

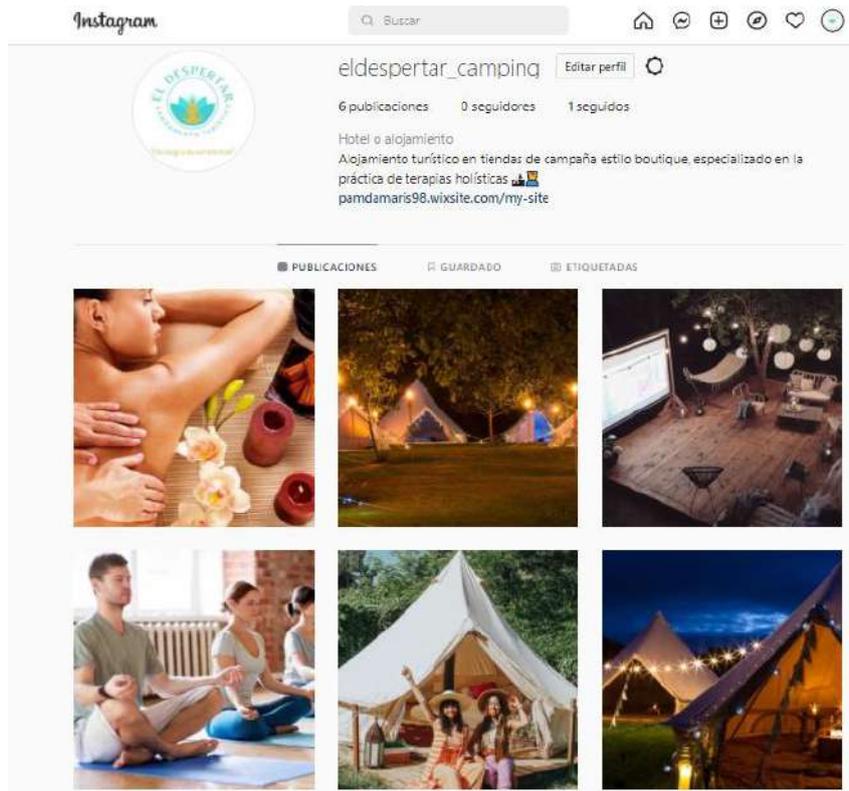


Figura 53 Red social – Instagram  
Tomada. Autoría propia

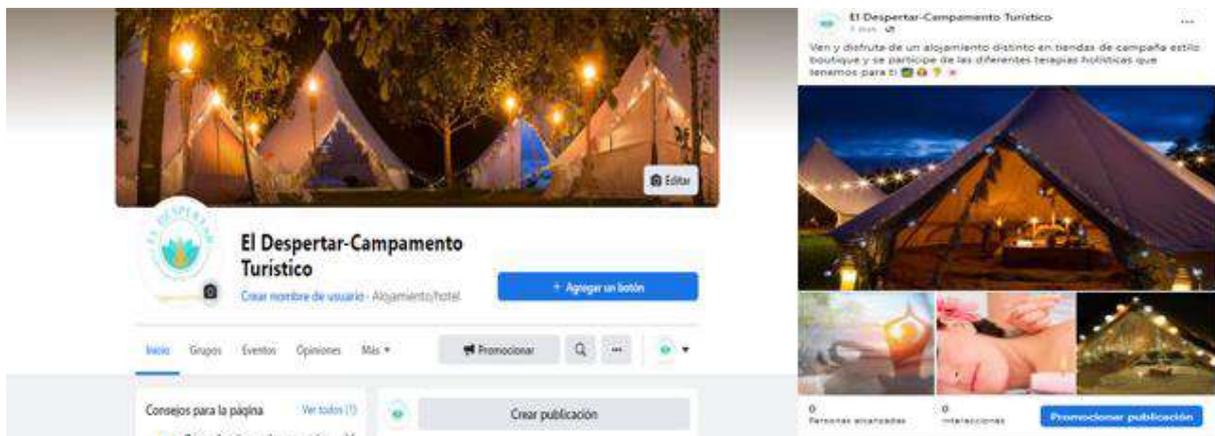
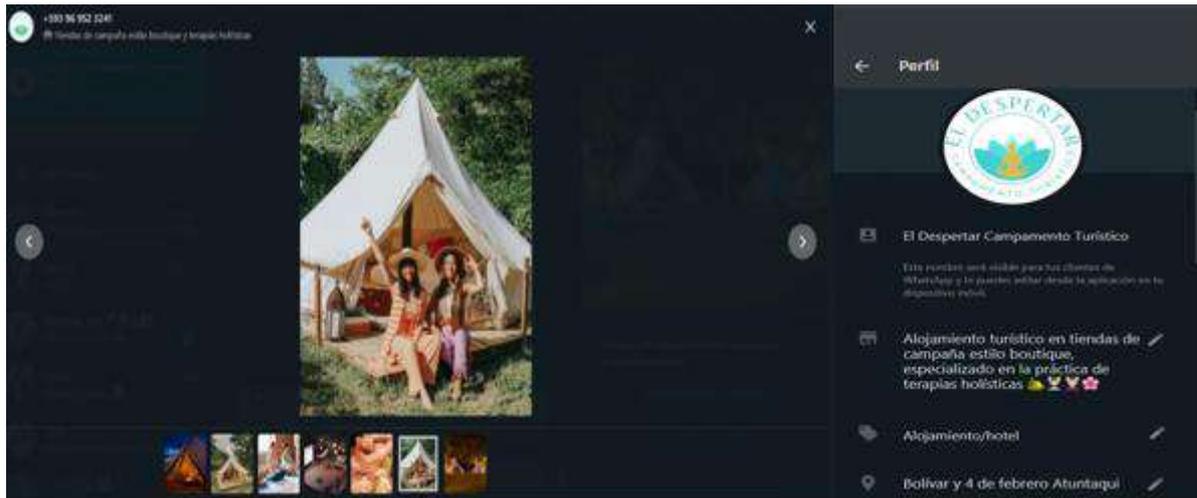


Figura 54 Red social – Facebook  
Tomada. Autoría propia



*Figura 55 Red social – WhatsApp Tomada. Autoría propia*

### *5.2.3.2 Detalle de productos y estrategias de promoción.*

- Yoga  
Disciplina de relajación y conexión mental y espiritual, llevada a cabo en un área específica dentro de la infraestructura ya establecida.
- Meditación guiada  
Práctica de recitar afirmaciones y cánticos con el fin de desbloquear chakras y despertar la conciencia.
- Masajes terapéuticos  
Técnicas de manipulación corporal que ayudan a mejorar la circulación y a reducir tensión en grupos musculares, que, a su vez, mejora a la circulación de la energía vital a través del cuerpo.
- Terapia del fuego del despojo  
Ritual donde se desprende simbólicamente las ataduras dañinas que se posee espiritual y físicamente, mediante la incineración de una carta escrita a mano por el visitante, en el área de fogata.
- Terapia de manejo de emociones

Actividad enfocada a procesar de manera proactiva, las situaciones y sentimientos mediante observación y atención a la emoción, entendiendo que se busca la supervivencia y la reacción al medio.

- **Fabricación de artesanías**  
Taller de terapia ocupacional que estimula la creatividad del cliente mediante técnicas manuales y expresiones artísticas, ayudando a focalizar emociones dispersas, plasmando esa energía en amuletos para su portador.
- **Baños rituales**  
Ceremonia que utiliza agua y hiervas amargas y dulces, para limpiar la energía del cuerpo.
- ***Baños de cajón***  
Tratamiento que consiste en introducir todo el cuerpo, excepto la cabeza, en una estructura de madera que emana vapor medicinal, mismo que ayuda a eliminar toxinas y purificar el organismo.
- **Alojamiento en tiendas estilo boutique**  
Hospedaje temático inspirado en los diferentes chakras del cuerpo, con el objetivo de potenciar el efecto sanador previa identificación de la falencia, a través de un test online.

Como estrategias de promoción, se pretende optar por publicidad pagada de manera mensual en las plataformas de Facebook e Instagram, invirtiendo un porcentaje fijo y enfocado a captar la atención de nuevos clientes, mediante diseños llamativos, videos cortos, animaciones y estilos tipográficos agradables para la vista.

### *5.2.3.3 Estrategias de comercialización.*

En cuanto a estrategias comerciales, se tiene previsto la creación de paquetes de hospedaje que incluyen total o parcialmente las actividades que ofrece el campamento turístico, esto con el motivo de incentivar la realización de las

diferentes terapias holísticas brindando descuentos importantes respecto a si se tomaran las actividades por separado, además, se dispondrá de varios dispositivos Datafast, mismos que permitirán al cliente tener una amplia variedad de formas de pago a través de las diferentes tarjetas de crédito.

Se detallará a continuación los 3 paquetes que estarán a disposición del público, así como también el precio promocional:

- Paquete Premium (hospedaje y todas las actividades), cuyo precio normal es de \$101 y su precio de oferta en paquete es de \$85.
- Paquete Gold (hospedaje y baño ritual, masajes terapéuticos, yoga, fuego, fabricación de artesanías), cuyo precio normal es de \$75 y su precio de oferta en paquete es de \$65.
- Paquete Platinum (hospedaje y manejo de emociones, baño cajón y meditación guiada), cuyo precio normal es de \$46 y su precio de oferta en paquete es de \$40.

## **CAPÍTULO VI ESTUDIO AMBIENTAL**

### **6.1 Evaluación de los impactos ambientales en la fase de operación del Campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística en Atuntaqui, Imbabura – Ecuador**

#### **6.1.1 Descripción**

Nombre de la Empresa

Campamento turístico El Despertar

Representante legal

Alondra Ávila y Damaris Guamanzara

#### **6.1.2 Introducción**

Dado el punto de deterioro en el que se encuentra el medio ambiente, se ha visto necesaria la colaboración de los emprendimientos tomando conciencia de

los impactos que producen sus actividades operativas, ya sean positivos o negativos al medio ambiente y creando planes de manejo ambiental que orienten las actividades hacia una actitud responsable con el planeta. La cuestión ambiental se ha transformado en un eje transversal en los niveles de planificación y ejecución de proyectos de diferentes magnitudes y objetivos. Dado que todo proyecto genera cambios que no se pueden erradicar sino disminuir o minimizar en el caso de que sean negativos o a su vez maximizar aquellos impactos positivos (Coria, 2008).

Se procederá a realizar la evaluación de estos impactos ambientales del presente emprendimiento en vista de que es evidente que toda actividad humana genera un tipo de impacto en el medio ambiente ya sea positivo o negativo. La necesidad de evaluar los diferentes efectos conlleva a los emprendimientos a la toma de decisiones a favor de la calidad y bienestar de su entorno. El presente trabajo pretende determinar la importancia de la aplicación del método Conesa Simplificado para evaluar los impactos ambientales generados en la fase de operación durante la puesta en marcha de los servicios de alojamiento y terapias holísticas.

### **6.1.3 Antecedentes**

El presente emprendimiento turístico está enfocado a la práctica de terapia holística en la ciudad de Atuntaqui. Esta propuesta combina el concepto general de un campamento turístico que ofrece el servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña, con prácticas físico-espirituales (*holísticas*) como el yoga, la meditación, terapias alternativas, y una amplia variedad de actividades que le permitan al visitante emprender un viaje a su interior y sanar conflictos internos que le impidan desarrollar su espiritualidad incrementando su nivel de bienestar y salud.

El sitio donde se establecerá este emprendimiento se trata de una residencia a las afueras de la ciudad de Atuntaqui llamada La Estancia, misma que cuenta con una amplia área de vegetación como árboles frutales, plantas medicinales y ornamentales, así como algunos animales de granja. Es un ambiente natural donde el cliente puede restablecer su conexión con la madre naturaleza.

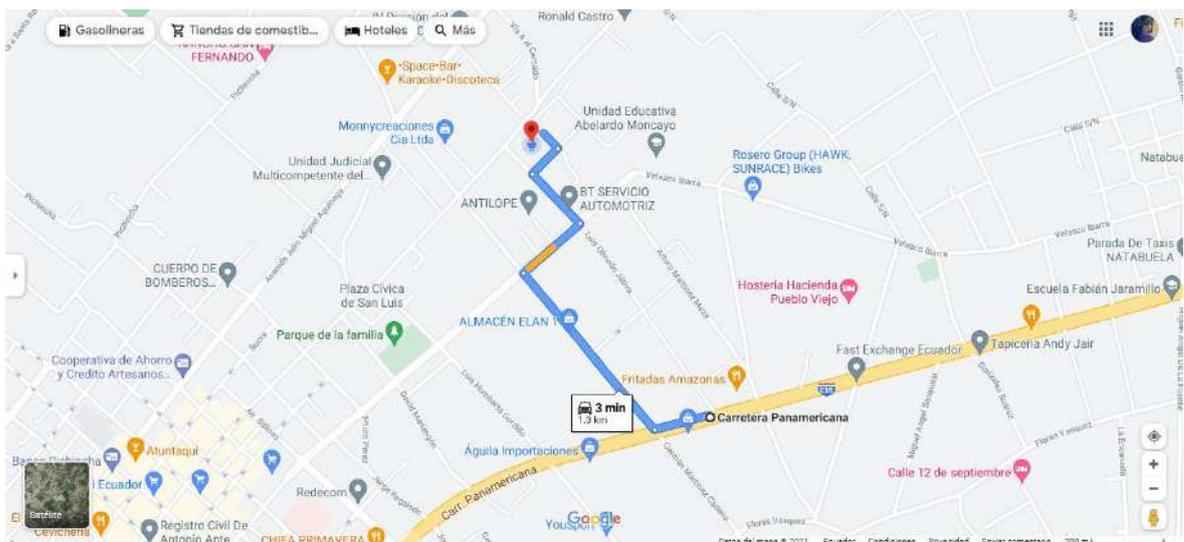


Figura 56 Mapa de ubicación Tomada. Autoría propia

El Campamento turístico y holístico El Despertar ofrece los siguientes servicios y actividades:

- Hospedaje
- Spa (zona húmeda y zona de masajes)
- Cine camping
- Área de fogata
- Cocina de leña y parrilla
- Masajes terapéuticos
- Terapias de manejo de ira y ansiedad (emociones)
- Baños rituales y de cajón
- Yoga
- Meditación guiada
- Taller de artesanías

## 6.2 Identificar acciones y factores e impactos

**Tabla 54**

*Actividades del campamento turístico y holístico El Despertar*

Etapa	Actividades
<b>Operación</b>	Ocupación de tiendas de campaña
	Adecuación de infraestructura (cine camping, baños de cajón, zona húmeda en spa)
	Ocupación de equipo de sonido para el cine camping y ambientación auditiva.
	Fuego de despojo energético (fogata) - Cocina de leña y parrilla
	Manejo y clasificación de los residuos sólidos
	Concientización ambiental para visitantes

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 55**

*Factores Ambientales*

<b>Factores Ambientales</b>	<b>Biofísico</b>	Tierra
		Atmósfera
	<b>Biótico</b>	Flora

		Fauna
	<b>Cultural</b>	Recreación
		Entorno
		Aspectos Culturales

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 56**

*Impactos generados por las actividades del emprendimiento*

<b>Impactos Positivos</b>	<b>Impactos Negativos</b>
Áreas de camping y recreación llamativas	Alteración del suelo (compactación)
Concientización sobre el medio ambiente	Emisión de gases por fogata, cocina de leña y parrilla
Generación de empleo	Alteración de la cobertura vegetal (pasto)
Generación de ingresos económicos	Contaminación acústica y vibraciones
Dinamización del sector turístico en Atuntaqui	Incomodidad auditiva de los alrededores
Generación de abono a partir de los residuos orgánicos como resultado de su clasificación	

Elaborado por: las autoras, 2022

### 6.3 Identificación de los impactos ambientales en la etapa de operación del Campamento Turístico y Holístico El Despertar

**Tabla 57**  
*Identificación de los impactos ambientales*

<b>Factores Ambientales</b>	<b>Factor</b>	<b>Impactos Ambientales</b>	<b>Descripción</b>
Biofísico	Tierra	Alteración del suelo (compactación)	Se refiere al efecto producido por la presión generada en el suelo por el tránsito de visitantes.
		Generación de abono a partir de los residuos orgánicos como resultado de su clasificación	Se refiere al aprovechamiento de los residuos orgánicos después de su clasificación para la obtención de abono.
	Atmósfera	Emisión de gases por fogata, cocina de leña y parrilla	Se refiere al desprendimiento de gases por efecto de la realización de fogatas, uso de cocina de leña y parrilla.
Biótico	Flora	Alteración de la cobertura vegetal (pasto)	Hace alusión al estrés generado en la vegetación causado por la colocación de tiendas de campaña.
	Fauna	Contaminación acústica y vibraciones	Apunta al impacto causado a la fauna por la ocupación de equipo

			de sonido para el cine camping y otras actividades.
Cultural	Recreación	Áreas de camping y recreación llamativas	Se refiere a la colocación y adecuación de estructuras atractivas para camping y recreación.
	Entorno social	Incomodidad auditiva de los alrededores	Hace referencia al efecto producido al entorno por la utilización de equipo de sonido para el cine camping y otras actividades.
		Dinamización del sector turístico en Atuntaqui	Se refiere al efecto provocado en el sector turístico de la ciudad de Atuntaqui.
	Aspectos culturales	Concientización sobre el medio ambiente	Se refiere al efecto producido en la percepción del visitante por la aplicación de terapias holísticas de la mano del poder curativo de la naturaleza.

		Generación de empleo	Es el efecto causado por los requerimientos profesionales solicitados en operación del campamento turístico.
		Generación de ingresos económicos	Se refiere a la generación de ingresos económicos por la entrega de servicios y experiencias holísticas en el emprendimiento.

Elaborado por: las autoras, 2022

## 6.4 Determinación de la metodología

### 6.4.1 Método Conesa Simplificado

Vicente Conesa junto a otros colaboradores formularon en 1993 una metodología para la evaluación del impacto ambiental. Su utilización es compleja y es por eso que algunos expertos en EIA han simplificado el método conservando los criterios y el algoritmo del método original, pero sin cumplir todos los pasos que establece Conesa.

La Matriz Conesa es compleja, contiene una mayor extensión que otros métodos, por lo cual se requiere un tiempo extendido para el procesamiento y comprobación de los datos resultantes, es entonces donde se pone en consideración la realización de la Matriz Conesa Simplificada la cual tiene una mayor facilidad en su comprensión y puesta en práctica. Este método se lo define como:

La Matriz de Impacto Ambiental, es el método analítico, por el cual, se le puede asignar la importancia (I) a cada impacto ambiental posible de la ejecución de un proyecto en todas y cada una de sus etapas. Dicha Metodología, pertenece a Vicente Conesa Fernández. (Aguilar, 2019, p.26)

La matriz incluye en las columnas las actividades del proyecto que pueden generar impacto y en las filas los componentes ambientales que pueden verse afectadas, correlacionando los factores del proyecto según la etapa: preparación, construcción, operación y mantenimiento, abandono del sitio, y los atributos o componentes ambientales en los cuales incide la acción del proyecto. En el presente caso se toma en cuenta la etapa de operación del campamento turístico y holístico El Despertar.

### **6.5 Escala interpretativa de valoración.**

Para poder evaluar los impactos ambientales generados por las actividades del proyecto es esencial establecer una escala de valoración y para dicha tarea se tomará como referencia la magnitud del impacto. Además se establecerá una escala de valoración cromática, misma que facilite la identificación de los impactos más relevantes de la presente matriz de interacción.

Para la realización de dicha matriz se evaluaron y consideraron las siguientes 11 variables ambientales definidas en los manuales de evaluación de impactos ambientales utilizados como guía, las cuales permitieron determinar la importancia ambiental de cada proceso y/o actividad llevada a cabo:

**Tabla 58**  
*Variables ambientales*

<b><i>Naturaleza o Signo (+/-)</i></b>	Se refiere al carácter beneficioso (+) o perjudicial (-) de las distintas Acciones Susceptibles a Producir Impactos (ASPI).
<b><i>Periodicidad (PR)</i></b>	Se refiere a la regularidad con la que ocurre la manifestación del efecto.
<b><i>Momento (MO)</i></b>	Se refiere al tiempo (plazo) que transcurre entre la aparición de la acción y el comienzo del efecto sobre el factor ambiental considerado.
<b><i>Reversibilidad (RV)</i></b>	Se refiere a la posibilidad de retornar a las condiciones iniciales previas a la acción el factor ambiental afectado, por medios naturales.
<b><i>Recuperabilidad (MC)</i></b>	Se refiere la posibilidad de retornar a las condiciones iniciales previas a la acción el factor ambiental afectado, por medio de la intervención humana.
<b><i>Intensidad (IN)</i></b>	Se refiere al grado de influencia de la acción sobre el factor.
<b><i>Extensión (EX)</i></b>	Se refiere al área de influencia teórica del impacto respecto al entorno del proyecto en que se manifiesta el efecto.
<b><i>Persistencia (PE)</i></b>	Se refiere al tiempo de permanencia del efecto desde su aparición y a partir del cual el factor ambiental afectado

	regresaría a las condiciones iniciales previas a la acción por medios naturales o mediante la intervención humana.
<b><i>Sinergia (SI)</i></b>	Se refiere al reforzamiento de dos o más efectos simples, es decir, la manifestación de los efectos simples, provocados por acciones que actúan simultáneamente, es superior a la que se esperaría con la manifestación de los efectos cuando las acciones que las generan actúan de manera independiente.
<b><i>Acumulación (AC)</i></b>	Se refiere al incremento gradual de la manifestación del efecto, cuando persiste de forma continua o reiterada la acción que lo produce.
<b><i>Efecto (EF)</i></b>	Se refiere a la relación causa-efecto, es decir, a la manera en que se manifiesta el efecto sobre un factor, como consecuencia de una acción.

Elaborado por: las autoras, 2022

Una vez identificadas las acciones, los factores del medio que provocaron los impactos ambientales generados, se elaboró la matriz de importancia, donde se establecieron valores numéricos para cada una de las variables ambientales consideradas por impacto ambiental identificado.

**Tabla 59**  
Valoraciones

NATURALEZA		PERIODICIDAD (Pr)		MOMENTO (MO)	
Benéfico	+	Irregular o discontinuo	1	Largo plazo	1
Perjudicial	-	Periódico	2	Medio plazo	2
		Continuo	4	Inmediato	4
				Crítico	(+4)
					)
REVERSIBILIDAD (Rv)		RECUPERABILIDAD (Mc)		INTENSIDAD (IN)	
Corto plazo	1	Recuperable inmediato	1	Baja	1
Medio plazo	2	Recuperable a medio plazo	2	Media	2
Irreversible	4	Mitigable o compensable	4	Alta	4
		Irrecuperable	8	Muy alta	8
				Total	12
EXTENSIÓN (EX)		PERSISTENCIA (PE)		SINERGIA (SI)	
Puntual	1	Fugaz	1	Sin sinergismo	1
Parcial	2	Temporal	2	Sinérgico	2
Extensa	4	Permanente	4	Muy sinérgico	4
Total	8				
Crítica	(+4)				
ACUMULACIÓN (AC)		EFECTO (EF)			
Simple	1	Indirecto	1		

Acumulado	4	Directo	4
-----------	---	---------	---

Elaborado por: las autoras, 2022

### 6.5.1 Algoritmo

$$I = (3*IN + 2*EX + MO + PE + RV + SI + AC + EF + PR + MC)$$

### 6.5.2 Clasificación de rangos de impactos

**Tabla 60**

*Escala de rangos*

Rango	Positivo	Negativo
1 - 25	Bajo	Bajo
26 - 50	Medio	Medio
51 - 75	Significativo	Severo
76 - 100	Alto	Crítico

Elaborado por: las autoras, 2022

## 6.6 Aplicación del método

**Tabla 61**

Aplicación del método

Componentes		Acciones							
		Ocupación de tiendas de campaña	Adecuación de infraestructura (cine camping, baños de cajón, zona húmeda en spa)	Ocupación de equipo de sonido para el cine camping y ambientación auditiva	Fuego de despojo energético (fogata) - Cocina de leña y parrilla	Manejo y clasificación de los residuos sólidos	Concientización ambiental para visitantes	Total de interacciones	
Biofísico	Tierra	Alteración del suelo (compactación)	X						1
		Generación de abono a partir de los residuos orgánicos como resultado de su clasificación					X	X	2

	Atmósfera	Emisión de gases por fogata, cocina de leña y parrilla				X			1	
Biótico	Flora	Alteración de la cobertura vegetal (pasto)	X						1	
	Fauna	Contaminación acústica y vibraciones que afecta a la fauna			X				1	
Cultural	Recreación	Áreas de camping y recreación llamativas	X	X	X	X		X	5	
	Entorno Social	Incomodidad auditiva de los alrededores			X				1	
		Dinamización del sector turístico en Atuntaqui	X	X	X	X		X	5	
	Aspectos Culturales	Concientización sobre el medio ambiente						X	X	2
		Generación de empleo	X	X					X	3
		Generación de ingresos económicos	X	X	X	X			X	5
									27	

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 62***Ocupación de tiendas de campaña*

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
Medios	Elementos Alterados	Actividad: Ocupación de tiendas de campaña											Importancia	Impacto
		NA T	3*IN	2*EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC		
Tierra	Alteración del suelo (compactación)	-	4	1	4	2	1	2	1	4	2	2	-32	Medio
	Generación de abono a partir de los residuos orgánicos como resultado de su clasificación													
Atmósfera	Emisión de gases por fogata, cocina de leña y parrilla													
Flora	Alteración de la cobertura vegetal (pasto)	-	4	1	4	2	1	2	1	4	2	2	-32	Medio
Fauna	Contaminación acústica y vibraciones que afectan a la fauna													
Recreación	Áreas de camping y recreación llamativas	+	8	2	4	4	1	2	1	4	4	1	+49	Medio
Entorno Social	Incomodidad auditiva de los alrededores													

	Dinamización del sector turístico en Atuntaqui	+	4	2	2	2	1	2	4	4	2	1	+34	Medio
Aspectos Culturales	Concientización sobre el medio ambiente													
	Generación de empleo	+	2	2	4	2	1	2	1	4	2	1	+27	Medio
	Generación de ingresos económicos	+	4	1	4	2	1	2	4	4	2	1	+34	Medio

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 63**  
Adecuación de infraestructura

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
Medios	Elementos Alterados	Actividad: Adecuación de infraestructura (cine camping, baños de cajón, zona húmeda en spa)											Importancia	Impacto
		NAT	3*IN	2*EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC		
Tierra	Alteración del suelo (compactación)													
	Generación de abono a partir de los residuos orgánicos como resultado de su clasificación													
Atmósfera	Emisión de gases por fogata, cocina de leña y parrilla													
Flora	Alteración de la cobertura vegetal (pasto)													
Fauna	Contaminación acústica y vibraciones que afectan a la fauna													
Recreación	Áreas de camping y recreación llamativas	+	8	8	4	4	4	4	4	4	4	2	+70	Significativo
Entorno Social	Incomodidad auditiva de los alrededores													

	Dinamización del sector turístico en Atuntaqui	+	2	2	2	4	2	2	4	4	4	2	+34	Medio
Aspectos Culturales	Concientización sobre el medio ambiente													
	Generación de empleo	+	2	2	4	2	2	2	4	4	2	1	+31	Medio
	Generación de ingresos económicos	+	4	2	2	4	2	4	4	4	4	2	+42	Medio

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 64**  
*Ocupación de equipo de sonido*

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
Medios	Elementos Alterados	Actividad: Ocupación de equipo de sonido para el cine camping y ambientación auditiva											Importancia	Impacto
		NAT	3*IN	2*EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC		
Tierra	Alteración del suelo (compactación)													
	Generación de abono a partir de los residuos orgánicos como resultado de su clasificación													
Atmósfera	Emisión de gases por fogata, cocina de leña y parrilla													
Flora	Alteración de la cobertura vegetal (pasto)													

Fauna	Contaminación acústica y vibraciones que afectan a la fauna	-	2	2	4	1	2	2	1	1	2	2	-25	Bajo
Recreación	Áreas de camping y recreación llamativas	+	4	1	4	4	1	1	1	4	4	1	+34	Medio
Entorno Social	Incomodidad auditiva de los alrededores	-	2	2	4	2	1	2	1	1	2	1	-24	Bajo
	Dinamización del sector turístico en Atuntaqui	+	2	2	2	4	1	2	1	1	2	1	+24	Bajo
Aspectos Culturales	Concientización sobre el medio ambiente													
	Generación de empleo													
	Generación de ingresos económicos	+	2	1	4	2	1	2	1	4	2	1	+25	Bajo

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 65**

*Fuego de despojo energético*

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
Medios	Elementos Alterados	Actividad: Fuego de despojo energético (fogata) - Cocina de leña y parrilla											Importancia	Impacto
		NAT	3*IN	2*EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC		
Tierra	Alteración del suelo (compactación)													
	Generación de abono a partir de los residuos orgánicos como resultado de su clasificación													
Atmósfera	Emisión de gases por fogata, cocina de leña y parrilla	-	4	2	4	2	2	2	1	4	2	2	-35	Medio
Flora	Alteración de la cobertura vegetal (pasto)													
Fauna	Contaminación acústica y vibraciones que afectan a la fauna													
Recreación	Áreas de camping y recreación llamativas	+	4	2	4	2	1	2	4	4	2	1	+36	Medio
Entorno Social	Incomodidad auditiva de los alrededores													
	Dinamización del sector turístico en Atuntaqui	+	4	2	2	2	1	2	4	1	2	1	+31	Medio

Aspectos Culturales	Concientización sobre el medio ambiente													
	Generación de empleo													
	Generación de ingresos económicos	+	2	2	4	2	1	2	4	4	2	1	+30	Medio

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 66**

*Manejo y clasificación de residuos*

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
Medios	Elementos Alterados	Actividad: Manejo y clasificación de los residuos sólidos											Importancia	Impacto
		NAT	3*IN	2*EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC		
Tierra	Alteración del suelo (compactación)													
	Generación de abono a partir de los residuos orgánicos como resultado de su clasificación	+	8	2	2	4	2	2	4	4	4	2	+52	Significativo
Atmósfera	Emisión de gases por fogata, cocina de leña y parrilla													
Flora	Alteración de la cobertura vegetal (pasto)													

Fauna	Contaminación acústica y vibraciones que afectan a la fauna													
Recreación	Áreas de camping y recreación llamativas													
Entorno Social	Incomodidad auditiva de los alrededores													
	Dinamización del sector turístico en Atuntaqui													
Aspectos Culturales	Concientización sobre el medio ambiente	+	4	2	2	4	1	2	4	4	4	1	+38	Medio
	Generación de empleo													
	Generación de ingresos económicos													

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 67**  
*Concientización ambiental*

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
Medios	Elementos Alterados	Actividad: Concientización ambiental para visitantes											Importancia	Impacto
		NAT	3*IN	2*EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC		
Tierra	Alteración del suelo (compactación)													

	Generación de abono a partir de los residuos orgánicos como resultado de su clasificación	+	2	2	4	4	2	2	4	4	4	2	+36	Medio
Atmósfera	Emisión de gases por fogata, cocina de leña y parrilla													
Flora	Alteración de la cobertura vegetal (pasto)													
Fauna	Contaminación acústica y vibraciones que afectan a la fauna													
Recreación	Áreas de camping y recreación llamativas	+	4	2	2	2	1	2	1	1	2	1	+28	Medio
Entorno Social	Incomodidad auditiva de los alrededores													
	Dinamización del sector turístico en Atuntaqui	+	2	2	2	2	1	2	4	4	2	1	+28	Medio
Aspectos Culturales	Concientización sobre el medio ambiente	+	8	4	2	2	1	2	4	4	2	1	+50	Medio
	Generación de empleo	+	2	2	4	2	1	2	1	4	2	1	+27	Medio
	Generación de ingresos económicos	+	2	2	4	2	1	2	4	4	2	1	+30	Medio

Elaborado por: las autoras, 2022

## 6.7 Matriz Resumen

**Tabla 68**

Resumen matriz

Resumen Matriz de Importancia de Impactos Ambientales										
Factores ambientales	Actividades								Importancia	Importancia total
	Ocupación de tiendas de campaña	Adecuación de infraestructura (cine camping, baños de cajón, zona húmeda en spa)	Ocupación de equipo de sonido para el cine camping y otras actividades	Fuego de despojo energético (fogata) - Cocina de leña y parrilla	Manejo a través del reciclaje de los residuos sólidos	Concientización ambiental para visitantes	Naturaleza			
Alteración del suelo (compactación)	-32						-	-32	32	
Generación de abono a partir de los residuos orgánicos como resultado de su clasificación					+52	+36	+	+88	44	
Emisión de gases por fogata, cocina de leña y parrilla				-35			-	-35	35	
Alteración de la cobertura vegetal (pasto)	-32						-	-32	32	

<b>Contaminación acústica y vibraciones que afecta a la fauna</b>			-25				-	-25	25
<b>Áreas de camping y recreación llamativas</b>	+49	+ 70	+34	+36		+28	+	+217	43.4
<b>Incomodidad auditiva de los alrededores</b>			-24				-	-24	24
<b>Dinamización del sector turístico en Atuntaqui</b>	+34	+ 34	+24	+31		+28	+	+151	30.2
<b>Concientización sobre el medio ambiente</b>					+38	+50	+	+88	44
<b>Generación de empleo</b>	+27	+ 31				+27	+	+85	28.3
<b>Generación de ingresos económicos</b>	+34	+ 42	+25	+30		+30	+	+161	32.2
<b>Total</b>								+642	74.1
						-148	+222.1		

Elaborado por: las autoras, 2022

### 6.7.1 Resumen de la matriz de valoración

Una vez realizada la evaluación de los impactos ambientales mediante las matrices del método Conesa simple, derivadas de las diversas actividades desarrolladas en el emprendimiento turístico, se puede afirmar que existe un mayor número de efectos positivos ante efectos negativos.

Cuantitativamente se refleja una sumatoria total de 74.1 positivo, lo que quiere decir que el proyecto si se justifica sustentablemente, pues se tiene un impacto significativo positivo al medio ambiente. El total de las interrelaciones de los impactos positivos reflejados en la matriz es de 222.1, mientras que el total de impactos negativos es de 148.

Cromáticamente la matriz se plasma en mayor cantidad de áreas coloreadas con azul, que representan impactos positivos con magnitud media y significativa. Por otra parte los impactos negativos de baja magnitud son representados de color amarillo y de anaranjado los de magnitud media.

### 6.8 Jerarquización

Para esta parte se han tomado como referencia los resultados de los impactos generados por el proyecto, mismos que a continuación se detallan de mayor a menor.

#### 6.8.1 Jerarquización de impactos positivos

**Tabla 69**

*Jerarquización de impactos positivos*

Factores	Impacto	Jerarquización
Recreación	Áreas de camping y recreación llamativas	+217

<b>Aspectos Culturales</b>	Generación de ingresos económicos	+161
<b>Entorno Social</b>	Dinamización del sector turístico en Atuntaqui	+151
<b>Tierra</b>	Generación de abono a partir de los residuos orgánicos como resultado de su clasificación	+88
<b>Aspectos Culturales</b>	Concientización sobre el medio ambiente	+88
<b>Aspectos Culturales</b>	Generación de empleo	+85

Elaborado por: las autoras, 2022

### 6.8.2 Jerarquización de impactos negativos

**Tabla 70**

*Jerarquización de impactos negativos*

<b>Factores</b>	<b>Impacto</b>	<b>Jerarquización</b>
<b>Atmósfera</b>	Emisión de gases por fogata, cocina de leña y parrilla	-35
<b>Tierra</b>	Alteración del suelo (compactación)	-32
<b>Flora</b>	Alteración de la cobertura vegetal (pasto)	-32
<b>Fauna</b>	Contaminación acústica y vibraciones que afecta a la fauna	-25
<b>Entorno Social</b>	Incomodidad auditiva de los alrededores	-24

Elaborado por: las autoras, 2022

En la primera tabla se pueden apreciar los impactos positivos que genera el emprendimiento en su fase de operación, donde el impacto con mayor relevancia son las áreas de camping y recreación llamativas, enmarcado en el factor de recreación, seguido por la generación de ingresos económicos y la dinamización del sector turístico en Atuntaqui, a continuación se aprecia la generación de abono a partir de los residuos orgánicos como resultado de su clasificación, posteriormente la concientización sobre el medio ambiente y finalmente la generación de empleo.

Por otro lado, en la segunda tabla se muestran los impactos negativos, la mayor afectación radica en la emisión de gases por fogata, cocina de leña y parrilla, seguido por la alteración del suelo por compactación, en tercer lugar se ubica la alteración de la cobertura vegetal (pasto), el cuarto impacto negativo es la contaminación acústica y vibraciones que afecta a la fauna del entorno y en último impacto negativo es la incomodidad auditiva de los alrededores.

## 6.9 Plan de manejo ambiental

**Tabla 71**

*Plan de manejo ambiental*

Actividades	Factores ambientales	Subfactores ambientales	Impactos ambientales	Medidas de maximización	Medidas de mitigación	Responsable	Presupuesto	Tiempo	Observaciones
Ocupación de tiendas de campaña	Biofísico	Tierra	Alteración de la cobertura vegetal del suelo		Delimitación de senderos	El propietario	\$20	Cada 2 a 3 meses	Tener consideración en la separación de cada carpa
Manejo y clasificación de los residuos sólidos			Generación de abono a partir de los residuos orgánicos como	Implementar una señalética visible que brinde información		Propietario	\$50	Permanente	Tener presente el mantenimiento

			resultado de su clasificación	sobre el aprovechamiento de los residuos					imiento de la misma
<b>Fuego de despojo energético (fogata) - Cocina de leña y parrilla</b>		Atmósfera	Emisión de gases por fogata, cocina de leña y parrilla		Se propone encender la fogata, utilizar la cocina de leña y parrilla solo en ocasiones necesarias	El propietario	Sin costo	Las veces necesarias en el día	Tener presente los tiempos de uso
<b>Ocupación de tiendas de campaña</b>	Biótico	Flora	Alteración de la cobertura vegetal (pasto)		Delimitar un área específica para las tiendas de campaña con el fin de no causar estrés a	Propietario	\$100	Permanente	Considerar la ocupación total de las carpas

					la cobertura vegetal				
<b>Ocupación de equipo de sonido para el cine y otras actividades</b>		Fauna	Contaminación acústica y vibraciones que afecta a la fauna		Reducir el volumen de los equipos y seleccionar un espacio apropiado que absorba de forma considerable el sonido	Propietario	Sin costo	Cada vez que sea necesario	Para la adecuación del espacio considerar la capacidad de carga del establecimiento
<b>Ocupación de tiendas de campaña</b>	Cultural	Recreación	Áreas de camping y recreación llamativas	Decoración llamativa en el interior y exterior de las carpas		Propietario	\$100	Cada 2 años	Tomar en cuenta tendencias

									decorativas
<b>Ocupación de equipo de sonido para el cine y otras actividades</b>		Entorno	Incomodidad auditiva de los alrededores		Reducir el volumen de los equipos y seleccionar un espacio apropiado que absorba de forma considerable el sonido	Propietario	Sin costo	Cada vez que sea necesario	Para la adecuación del espacio considerar la capacidad de carga del establecimiento
<b>Concientización ambiental para visitantes</b>		Aspectos culturales	Concientización sobre el medio ambiente	Realizar convenios con entidades medio ambientales, para cada		El propietario	\$ 70	Cada 2 a 3 meses	Tomar en cuenta el tiempo de estadía y número

				cierto tiempo sembrar árboles con ayuda de los visitantes					de visitantes
<b>Capacitaciones de educación ambiental para visitantes</b>			Generación de empleo	Generar una cadena de camping holístico alrededor del país		El propietario	A partir de la generación de ingresos	Paulatinamente	Respetar la filosofía del establecimiento

Elaborado por: las autoras, 2022

## CAPÍTULO VII ESTUDIO FINANCIERO

### 7.1 Capital de trabajo

**Tabla 72**

*Trámites necesarios para el funcionamiento del establecimiento*

<b>Trámites</b>	<b>Valor</b>
Permiso uso del suelo (única vez)	\$130
Permiso de bomberos (anual)	\$70
Impuesto predial (anual)	\$100
Patente Municipal (anual)	\$80
Licencia de funcionamiento (anual)	\$120
Intendencia (anual)	\$80
<b>Subtotal</b>	<b>\$580</b>

Elaborado por: las autoras, 2022

**Tabla 73**

*Servicios básicos para el establecimiento*

<b>Servicios básicos</b>	<b>Valor mensual</b>
Agua	\$15
Luz	\$15
Teléfono	\$13
Internet	\$25
Gas	\$6
<b>Subtotal</b>	<b>\$74</b>

Elaborado por: las autoras, 2022

## 7.2 Estados financieros proyectados: de situación inicial y de resultados

### 7.2.1 Balance inicial

			EMPRESA EL DESPERTAR		
			BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2020		
ACTIVO			PASIVO		
<b>Activo Circulante</b>			<b>Pasivo Circulante</b>		
Caja		\$1,000	Proveedores		
BANCOS		\$15,119	Préstamo al Banco Produbanco		\$36,878
			Intereses por pagar		
			ISR por pagar		
			Anticipo de clientes		
<b>Total Activo Circulante</b>		<b>\$16,119.00</b>	<b>Total Pasivo Circulante</b>		<b>\$36,878</b>
<b>Activo Fijo</b>			<b>Pasivo a Largo Plazo</b>		
Edificios/construcciones		\$89,647	Documentos por pagar a largo plazo		
Mobiliario y equipo		\$19,843	<b>Total Pasivo Circulante</b>		<b>50</b>
Equipos de computación y comunicación		\$2,689			
---		\$0.00			
---		\$0			
---		\$0.00			
<b>Total Activo Fijo</b>		<b>\$112,179</b>			
<b>Otros activos</b>			<b>PATRIMONIO</b>		
Trámites para el funcionamiento		\$500	BIENES INMUEBLES		\$86,000
Derechos de marca de empresa		\$80	BIENES MUEBLES		\$5,000
<b>Total Otros Activos</b>		<b>\$580</b>	APORTE EN EFECTIVO		\$1,000
			<b>Total Capital contable</b>		<b>\$92,000</b>
					71.39%
<b>SUMA DEL ACTIVO</b>		<b>\$128,878</b>	<b>SUMA DEL CAPITAL CONTABLE</b>		<b>\$92,000</b>
			<b>SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>\$128,878</b>
					100%

Figura 57 Balance inicial  
Tomada. Autoría propia

Para la puesta en marcha del emprendimiento “El Despertar” se requiere de una inversión total de \$128.878,00 de los cuales \$16.119,00 corresponden al capital de trabajo que se ve reflejado en el activo circulante, \$112.179,00 de activo fijo y \$580,00 de otros activos. Por otro lado, el patrimonio está conformado por: bienes inmuebles \$86.000,00, bienes muebles \$5.000,00 y aporte en efectivo por \$1.000,00, lo que suma un total de \$92.000,00 correspondientes a capital patrimonial. Para completar el valor requerido de la inversión se necesita recurrir a un financiamiento de \$36.878,00 en una entidad bancaria.

### 7.2.2 Tabla de amortización

	Plazo	120
	Monto	36.878
	Tasa anual	11,46%
	Tasa mensual	0,96%
	Pago mensual	\$517,64

Figura 58 Tabla de amortización  
Tomada. Autoría propia

El monto de financiamiento asciende a \$36.878,00 y se pretende obtenerlo mediante un crédito bancario en la entidad bancaria Produbanco, misma que cuenta con un programa de créditos hipotecarios respaldado por una garantía hipotecaria. Por lo general se usa para adquirir vivienda propia, ya construida, un terreno, o para su construcción, puede ser de mediano o largo plazo. Se ha visto conveniente la obtención de un crédito de este tipo ya que se cuenta con la propiedad valorada en \$86.000,00. Este programa de crédito ofrece un interés de 11,46%, 120 meses plazo, es decir, 10 años y un pago mensual de \$517,64.

### 7.2.3 Costo de capital de la inversión

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL						
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA		COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	\$128.878	100%		7,19%		7,19%
IMPUESTO A LA RENTA				0%		
CAPITAL PROPIO	\$92.000	71%	5,48%	3,91%		
FINANCIAMIENTO	\$36.878	29%	11,46%	3,28%		

Figura 59 Costo de capital  
Tomada. Autoría propia

El total de la inversión es de \$128.878 de los cuales \$92.000 corresponden al capital propio, equivalente al 71% del total de la inversión. El \$36.878 restante corresponde al financiamiento en la entidad bancaria Produbanco, equivalente al 29% de la inversión total. El crédito hipotecario se entrega al 11,46% de

interés, mientras que el capital propio se asigna a la tasa pasiva que a noviembre de 2021 es de 5,48%. Calculando ambos porcentajes se obtiene un índice de 7,19% como costo de capital de la inversión.

### 7.2.4 Flujo de caja del año 1

CUANTIFICACIÓN DE FLUJO AÑO 1															
INGRESOS	Precio	unidad a la venta	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL ANUAL
			15%	20%	20%	20%	25%	25%	25%	25%	25%	20%	20%	25%	
Tiendas de campaña doble (7)	20	1.75	5.25	7.00	7.00	7.00	8.75	8.75	8.75	8.75	8.75	7.00	7.00	8.75	9.275
Yoga	10	1.25	7.50	10.00	10.00	10.00	12.50	12.50	12.50	12.50	12.50	10.00	10.00	12.50	13250
Terapia de manejo de emociones	8	1.25	6.00	8.00	8.00	8.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	8.00	8.00	10.00	10600
Terapia fuego del despojo	8	1.50	7.20	9.60	9.60	9.60	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	9.60	9.60	12.00	12720
Fabricación de artesanías	11	1.50	10.80	14.40	14.40	14.40	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	14.40	14.40	18.00	19800
Modificación guiada	8	1.25	6.00	8.00	8.00	8.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	8.00	8.00	10.00	10600
Baños rituales	10	1.50	9.00	12.00	12.00	12.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	12.00	12.00	15.00	15900
Baños de cajón	10	1.50	9.00	12.00	12.00	12.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	12.00	12.00	15.00	15900
Masajes terapéuticos	15	1.25	11.25	15.00	15.00	15.00	18.75	18.75	18.75	18.75	18.75	15.00	15.00	18.75	19875
<b>TOTAL INGRESOS</b>			<b>72.00</b>	<b>96.00</b>	<b>96.00</b>	<b>96.00</b>	<b>120.00</b>	<b>120.00</b>	<b>120.00</b>	<b>120.00</b>	<b>120.00</b>	<b>96.00</b>	<b>96.00</b>	<b>120.00</b>	<b>127.200</b>
<b>EGRESOS</b>															
Costo tienda de campaña doble			157.5	210	210	210	262.5	262.5	262.5	262.5	262.5	210	210	262.5	2782.5
Costo yoga			375	500	500	500	625	625	625	625	625	500	500	625	6625
Costo terapia de manejo de emociones			300	400	400	400	500	500	500	500	500	400	400	500	5300
Costo terapia fuego del despojo			216	288	288	288	360	360	360	360	360	288	288	360	3916
Costo fabricación de artesanías			648	864	864	864	1080	1080	1080	1080	1080	864	864	1080	11448
Costo modificación guiada			300	400	400	400	500	500	500	500	500	400	400	500	5300
Costo baños rituales			450	600	600	600	750	750	750	750	750	600	600	750	7950
Costo baños de cajón			450	600	600	600	750	750	750	750	750	600	600	750	7950
Costo masajes terapéuticos			562.5	750	750	750	937.5	937.5	937.5	937.5	937.5	750	750	937.5	9937.5
Sueldos y salarios			850	850	850	850	850	850	850	850	850	850	850	850	10200
Decimos															850
Pago IESS			94.78	94.78	94.78	94.78	94.78	94.78	94.78	94.78	94.78	94.78	94.78	94.78	1137.30
Permisos			580												580
Impuestos			462.88	617.14	617.14	617.14	771.43	771.43	771.43	771.43	771.43	617.14	617.14	771.43	8177.14
Publicidad			320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	3840
Servicios Básicos			74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	888
Servicios prestados			280	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280	3360
<b>PAG DE PRESTAMO</b>			<b>5517.64</b>	<b>5517.64</b>	<b>5517.64</b>	<b>5517.64</b>	<b>5517.64</b>	<b>5517.64</b>	<b>5517.64</b>	<b>5517.64</b>	<b>5517.64</b>	<b>5517.64</b>	<b>5517.64</b>	<b>5517.64</b>	<b>56.211.65</b>
															0
															0
<b>TOTAL EGRESOS</b>			<b>6638.27</b>	<b>7365.56</b>	<b>7365.56</b>	<b>7365.56</b>	<b>8672.84</b>	<b>8672.84</b>	<b>8672.84</b>	<b>9522.84</b>	<b>8672.84</b>	<b>7365.56</b>	<b>7365.56</b>	<b>9522.84</b>	<b>97203.09</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>			<b>561.73</b>	<b>2234.44</b>	<b>2234.44</b>	<b>2234.44</b>	<b>3327.16</b>	<b>3327.16</b>	<b>3327.16</b>	<b>2477.16</b>	<b>3327.16</b>	<b>2234.44</b>	<b>2234.44</b>	<b>2477.16</b>	
<b>FLUJO ACUMULADO</b>			<b>561.73</b>	<b>2796.18</b>	<b>5030.62</b>	<b>7265.07</b>	<b>10592.23</b>	<b>13919.39</b>	<b>17246.54</b>	<b>19723.70</b>	<b>23050.86</b>	<b>25285.31</b>	<b>27519.75</b>	<b>29996.91</b>	<b>29996.91</b>

Figura 60 Flujo de caja del año 1  
Tomada. Autoría propia

### Ingresos

Para el cálculo del flujo del año uno, se toma la proyección de los ingresos a través de los productos a vender mensualmente, así como los egresos que generan estas operaciones.

En el apartado de ingresos se contemplan nueve productos a brindarse en el emprendimiento, tanto productos de alojamiento como terapias holísticas: siete tiendas de campaña dobles, práctica de yoga, terapia de manejo de emociones, terapia del fuego del despojo, fabricación de artesanías, meditación guiada, baños rituales, baños de cajón y finalmente masajes terapéuticos.

En el caso de las tiendas de campaña, al mes pueden venderse 175 unidades a un precio de \$20. Se pretende la venta de 125 sesiones de yoga al mes a un precio de \$10 cada una. Así mismo, se puede vender 125 sesiones de la terapia de manejo de emociones al mes a un precio de \$8 cada una. En cuanto a la terapia de fuego del despojo se pueden vender 150 sesiones en un mes al precio de \$8. Se pueden vender 150 sesiones de la fabricación de artesanías al mes, al precio de \$8. La meditación guiada tiene un costo de \$8 y hay una previsión de venta de 125 sesiones mensualmente. En cuanto a los baños rituales y de cajón, se estima un precio de \$10 y una salida de 150 unidades al mes respectivamente. Finalmente se estima a un precio de \$15 de la terapia de meditación guiada y se aspira a la venta de 125 sesiones en un mes.

El porcentaje de ocupación para las tiendas de campaña oscila entre el 15% en los meses de menor afluencia de turistas y el 25% en los meses de mayor afluencia de visitantes. El volumen de salida de los demás productos oscila entre el 60% en meses bajos y el 100% de la previsión de ventas en los meses altos. En conjunto se obtiene un ingreso anual de \$127.200,00 por la venta de todos los productos.

### **Egresos**

Con respecto a los egresos generados para el funcionamiento del establecimiento, se ha tomado en consideración ciertos costos variables, costos fijos y otros gastos adicionales.

En lo que concierne a costos variables se tiene a los costos que se realizaran por los nueve productos a ofertarse: tal es el caso de las tiendas de campaña estas estiman un gasto del 30% de los ingresos mensuales, las diferentes terapias como la de yoga, manejo de emociones, meditación guiada, baños rituales, baños de cajón y masajes terapéuticos un 50%, el costo de la terapia de fuego del despojo es de un 30% y para la fabricación de artesanías un 60%.

Los costos fijos que se llevarán a cabo en el establecimiento están relacionados con los sueldos y salarios de los trabajadores, los cuales son en conjunto de \$850 mensualmente, al año se estima \$10.200, los décimos a pagarse se encuentran estipulados en el mes de agosto y diciembre pagando así anualmente \$1.700, a su vez se contempló el desembolso para el IESS este fue calculado con el 11,15% del salario del trabajador dando lugar un pago mensual de \$94,78 y anual de \$1.137,30. Los servicios prestados por trabajadores ocasionales tienen una retribución de \$280 mensualmente, al año \$3.360.

Otros costos fijos que se tendrán presentes son los servicios básicos los cuales tienen una cuota aproximada de \$74 mensualmente y en el año \$888. Permisos de los cuales se estima un gasto de \$580 anuales. En cuanto a la publicidad se proyecta realizar un pago de \$320 de forma mensual, en el año \$3.840.

Como desembolsos adicionales no considerados como costos variables o fijos se tiene a los impuestos calculados con base en los ingresos mensuales dando como resultado un pago de \$8.177,14 anualmente y al pago del préstamo que mensualmente es de \$517,64 y al año de \$6.211,65. Por lo tanto conjuntamente se tiene una totalidad de egresos efectuados anualmente de \$97.203,09. En última estancia se puede mencionar que el flujo acumulado en el año uno es de \$29.996,91.

### 7.2.5 Flujo proyectado a 5 años

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	
Ingresos	127200	134653,92	142544,6397	150897,7556	159740,3641	
Egresos	97203,09	102899,19	108929,08	115312,33	122069,63	
Flujo de caja	29996,91	31754,73	33615,56	35585,43	37670,73	
DATOS PARA LA TIR	-\$128.878	29996,91	31754,73	33615,56	35585,43	37670,73
		29996,91	61751,64	95367,19	130952,62	168623,35

Figura 61 Flujo proyectado a 5 años  
Tomada. Autoría propia

Acogiendo los resultados del año uno, los ingresos en su totalidad son \$127.200,00, los egresos reflejan una cantidad de \$97.203,09 y se tiene un flujo de caja de \$29.996,91. Con el fin de realizar una proyección a cinco años de los datos se estima un crecimiento anual de 5,86%, tomando como referencia el historial de inflación en el país se tiene un promedio resultante de -0,39%, más el 6,25% correspondiente al crecimiento por posicionamiento del producto en el mercado.

De esta manera el ejercicio de proyección realizado brinda como resultado en el quinto año ingresos por \$159.740,36, los egresos de \$122.069,63, proporcionando de esta manera un flujo de caja de \$37.670,73 y con base en esto se establece un flujo acumulado por \$168.623,35.

### 7.2.6 Análisis y evaluación financiera (VAN y la TIR)

Incremento anual	5,86%
Costo de capital	7,19%
Inversión	\$128.878
VAN	7612,69
TIR	9,29%

Figura 62 VAN Y TIR  
Tomada. Autoría propia

Del ejercicio de proyección realizado para 10 años sobre este emprendimiento, teniendo como costo de capital, el 7,19% y una inversión de \$128,878, nos arroja un valor actual neto por \$7.612,69 y una tasa interna de retorno de 9,29% que son valores positivos, por lo tanto, manifiestan que el proyecto es factible.

### 7.2.7 Punto de equilibrio

AÑO ESTIMADO PUNTO EQUILIBRIO	5								
	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6	Producto 7	Producto 8	Producto 9
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	2.319	6.625	6.625	7.950	7.950	6.625	7.950	7.950	6.625
TOTAL UNIDADES		60.619							
% PARTICIPACIÓN/PRODUCTO VENDIDO	3,83%	10,93%	10,93%	13,11%	13,11%	10,93%	13,11%	13,11%	10,93%
PRECIO VENTA UNITARIO	\$20	\$10	\$8	\$8	\$12	\$8	\$10	\$10	\$15
COSTO VENTA UNITARIO	\$6,00	\$5,00	\$4,00	\$2,40	\$7,20	\$4,00	\$5,00	\$5,00	\$7,50
PRECIO PROMEDIO PONDERADO		\$10,49							
COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$5,04							
COSTO FIJO DEL PERÍODO		\$108.527							
INVERSIÓN		\$128.878							
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$14,00	\$5,00	\$4,00	\$5,60	\$4,80	\$4,00	\$5,00	\$5,00	\$7,50
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO		\$5,45							
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		43.549							
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS		\$456.912							
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / UNIDADES	1.666	4.760	4.760	5.711	5.711	4.760	5.711	5.711	4.760
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / DOLARES	\$33.317	\$47.595	\$38.076	\$45.691	\$68.537	\$38.076	\$57.114	\$57.114	\$71.393

Figura 63 Punto de equilibrio  
Tomada. Autoría propia

Teniendo en cuenta la proyección del punto de equilibrio estimado en el quinto año, este a su vez se obtiene por la venta de 43.549 unidades, en dólares se plasma la cantidad total de \$456.912. Durante la realización del ejercicio se tomó en consideración los 9 productos que cuentan con la siguiente participación: el producto uno con 3,83%, el producto dos y tres el 10,93%, producto cuatro y cinco 13,11%, el producto seis con el 10,93%, producto siete y ocho el 13,11% y el producto nueve con 10,93%. El precio promedio ponderado es de \$10,49, el costo promedio ponderado es la cantidad de \$5,04 y el margen de contribución ponderado es de \$5,45. Con el ejercicio llevado a cabo se puede determinar que el punto de equilibrio de esta idea de negocio podrá ser posible en el quinto año y se puede alcanzar una rentabilidad positiva en los diez años de funcionamiento.

### 7.2.7.1 Gráfico punto de equilibrio

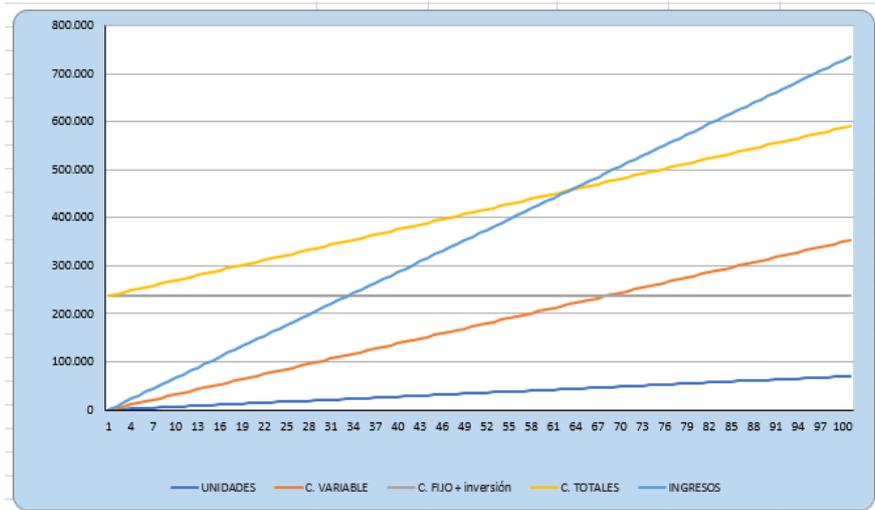


Figura 64 Gráfico punto de equilibrio  
Tomada. Autoría propia

Se cuenta con un volumen de incremento alrededor de 700 unidades, en el presente gráfico se refleja el cruce existente entre los ingresos y costos, donde se alcanza el punto de equilibrio con los datos plasmados de la línea 64, en el cual se tiene un volumen de ingreso de \$462.688,52 por la venta de 44.100 unidades. Con lo que respecta a los costos totales se tiene \$459.687,28 con base en la totalidad de costos variables por \$222.283,28 y costos fijos más inversión de \$237.404,00 los cuales poseen un comportamiento parecido.

## Conclusiones

En este trabajo se determinó la factibilidad de la implementación de un campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística en Atuntaqui, Imbabura – Ecuador, como una posibilidad de emprendimiento que favorezca el desarrollo económico.

Mediante un diagnóstico de situación inicial se identificaron aspectos esenciales para el presente estudio, entre ellos se puede mencionar que la propiedad para la posible implementación del establecimiento pertenece a la familia Ávila Esparza, esta además cuenta con una construcción ya realizada lo cual facilita que la idea de negocio sea posible económicamente. Los factores de accesibilidad, servicios básicos y viabilidad son aptos para la realización de este proyecto, además, mejoran la calidad de vida de los pobladores del sector.

Se delimitó mediante un estudio de mercado la oferta y la demanda. Los posibles visitantes o consumidores del proyecto turístico son hombres y mujeres de las provincias de Carchi, Imbabura y principalmente de Pichincha, de 15 a 50 años de edad, de cualquier estado civil y ocupación, con ingresos de hasta \$1400, que pertenecen a un nivel socioeconómico bajo-medio y que experimentan sensación de estrés, cansancio, irritabilidad, aburrimiento, ansiedad y depresión con frecuencia. También tienen como motivación realizar actividades que contribuyan a fortalecer su salud emocional, física y espiritual. Se llegó a conocer además que el 48,68% de los encuestados prefieren ir acompañados al menos por una persona, 70,13% prefieren permanecer un fin de semana completo en el establecimiento, el 60% está dispuesto a pagar menos de \$40 por una noche de alojamiento donde se incluyan las actividades y servicios complementarios esto por persona, el 29,61% ha visitado un campamento turístico hasta tres veces en el último año. Existen 6 competidores directos de los cuales 4 son campamentos turísticos, un lodge y una hostería donde se ofertan servicios y actividades similares a las del emprendimiento.

Mediante un estudio técnico - administrativo se identificaron y describieron los servicios a ofertarse en el establecimiento, los cuales, además de alojamiento se tiene en consideración a ocho terapias holísticas como yoga, meditación guiada, masajes terapéuticos, terapia de fuego del despojo, taller de artesanías, baños rituales y de cajón y cine camping. Además, se elaboró un diseño planimétrico donde se evidencia la distribución de un terreno de 855m<sup>2</sup> con las áreas con una ambientación de estilo rústico, siendo estas: área de cocina de interior, comedor de interior, recepción, taller de artesanías, área de yoga, meditación y terapias emocionales, garaje, área de fogata, área de spa con zona húmeda y de masajes, cuarto de lavado y secado, área de baños rituales y de cajón, bodega, cocina de leña y parrilla, cine camping y siete tiendas de campaña estilo boutique dobles. Así mismo, se identificaron los requerimientos necesarios de personal de trabajo para el correcto funcionamiento del emprendimiento.

Se estableció en primera estancia una imagen corporativa donde se tiene elementos como la flor de loto que representa la pureza física y espiritual, la posición de yoga, esto a través de los colores turquesa y dorado un plan de marketing y comercialización por el cual se piensa desarrollar elementos promocionales como son un spot de radio y la creación de cuentas empresariales en las diferentes redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp, además con las estrategias de comercialización se elaborarán paquetes para dos personas entre ellos están el paquete Premium con una oferta de \$85, el Gold de \$65 y el paquete Platinum de \$40, como estrategias de promoción, se pretende optar por publicidad pagada de manera mensual en las plataformas de Facebook e Instagram, Google My Business y el diseño de una página web, enfocado a captar la atención de nuevos clientes, adicional a esto se pretende utilizar canales de distribución como son el directo que se relaciona con la reserva directa en el establecimiento e indirecto corto, el cual se basa en contar con un mediador para llegar así al consumidor final, este intermediario serán las agencias de viajes online o los motores de búsqueda relacionados con el campamento y a su vez a través de mensajería por WhatsApp.

Se realizó la evaluación de impacto ambiental a través del método de la matriz de Conesa Simplificado, se determinó la importancia de los impactos positivos y negativos en la etapa de operación y se llegó a la conclusión de que los impactos positivos tienen mayor rango de importancia que los impactos negativos. Además, se pudo conocer que el presente proyecto de emprendimiento obtuvo una ponderación de 74.1, lo que significa que tiene un efecto significativamente positivo para el medio ambiente, lo que lo hace un proyecto factible ambientalmente. También se identificaron seis actividades, tres factores ambientales y once impactos ambientales significativos que se pueden presentar por el desarrollo de las actividades del proyecto en la etapa de operación. Por otra parte, se estableció una jerarquía entre los impactos positivos y negativos para identificar aquellos más importantes con respecto a la magnitud con la que se presentan. Se identificó que el impacto más positivo son las áreas de camping y recreación llamativas y el más negativo es la emisión de gases por fogata, cocina de leña y parrilla, es importante mencionar que el presente impacto positivo tiene mayor ponderación y relevancia que el negativo. Finalmente, se desarrolló un plan de manejo ambiental con propuestas para optimizar, equilibrar, mitigar y remediar los impactos ambientales que pueda generar el presente proyecto para apoyar a la conservación y manejo medioambiental del establecimiento.

Se verificó la factibilidad y viabilidad del emprendimiento mediante un estudio económico - financiero por lo cual se concluye que para la implementación del proyecto será necesaria la inversión de \$128.878,00 de los cuales \$92.000,00 corresponden al patrimonio y los \$36.878,00 al préstamo realizado a la entidad financiera. Por otra parte, el costo del capital de inversión es de 7,19%, para los primeros cinco años de funcionamiento se tiene un valor actual neto de \$7.612,69 y la tasa interna de retorno de 9,29%, estos son valores positivos que manifiestan que el proyecto es factible y la inversión en el mismo es confiable. Se manifestó además que el punto de equilibrio se alcanzará al quinto año de funcionamiento del proyecto alcanzando la venta de 43.549 unidades, momento

donde se podrá obtener retribuciones económicas al dejar de lado egresos tales como el pago del préstamo realizado para la puesta en marcha del proyecto.

### **Recomendaciones.**

En caso que se desee implementar el presente proyecto en un sitio diferente al de la propuesta, se recomienda realizar un estudio de factibilidad que le permita al emprendedor tener un mayor conocimiento y proyección de la idea de negocio en el área donde va a funcionar el emprendimiento mismo que fortalecerá el desarrollo económico del lugar.

Es necesario mantenerse al día en información sobre el ambiente externo que rodea al emprendimiento, dado que en el cantón Antonio Ante se producen constantes cambios o modificaciones en el entorno social, cultural, económico, tecnológico, político y ambiental, los cuales pueden afectar o beneficiar al campamento.

Realización de un estudio de mercado anual con el fin de conocer a la oferta y demanda constantemente, desarrollando productos acorde a las nuevas necesidades del segmento identificado, además estar pendiente del desarrollo de actividades de la competencia.

Se debe hacer un análisis de conveniencia para implementar los servicios propios de un restaurante, a fin de que los clientes reciban una mayor personalización, atención y cuidado en sus hábitos alimenticios.

Se aconseja fortalecer y a su vez expandir las diferentes estrategias de comercialización, con ideas publicitarias innovadoras capaces de alcanzar a un mayor número de usuarios y que los mismos se conviertan en un medio de difusión del emprendimiento.

A medida que existan cambios en las actividades operacionales desarrolladas dentro del campamento, es necesario realizar un periódico estudio de impacto

ambiental a fin de verificar si las cambiantes acciones provocan impactos positivos o negativos y con ello plantearse nuevas medidas a seguir para maximizarlos o minimizarlos por medio de las actualizaciones en el plan de manejo ambiental correspondiente.

Al ser considerado un proyecto factible y viable para su implementación es necesario no perder el rumbo por el cual se proyecta llevar a la empresa en los próximos cinco años, para lo cual se debe plantear estrategias económicas que ayuden al emprendimiento a llegar a ese equilibrio esperado en menos de los años propuestos, a fin de que exista una mayor rentabilidad en poco tiempo.

## **Bibliografía.**

Aguilar, M. (2019). Evaluación de impactos ambientales en el sector productivo para la empresa Coltejer S.A.

[http://repository.unilasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/2474/1/Evaluacion\\_impactos\\_a\\_bientales\\_Coltejer\\_S.A.pdf](http://repository.unilasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/2474/1/Evaluacion_impactos_a_bientales_Coltejer_S.A.pdf)

Bormann, A. (1930). Definiciones de turismo. <https://turismo213410750.files.wordpress.com/2019/04/definiciones-de-turismo.pdf>

Carhuancho I. y Nolazco, F. (2019). Metodología de la investigación holística. Universidad Internacional del Ecuador, Guayaquil. <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/131261>

Castillo, J. (2008). Espiritualidad para insatisfechos. [http://amoxcalli.leon.uia.mx/Magis/Resenias\\_Laicado/Espiritualidad\\_para\\_insatisfechos\\_Gloria\\_Soto.pdf](http://amoxcalli.leon.uia.mx/Magis/Resenias_Laicado/Espiritualidad_para_insatisfechos_Gloria_Soto.pdf)

Coria, I. (2008). El estudio de impacto ambiental: características y metodologías. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/877/87702010.pdf>

Cruz, M. (2005). El análisis documental: indización y resumen en bases de datos especializadas. [http://eprints.rclis.org/6015/1/An%C3%A1lisis\\_documental\\_indizaci%C3%B3n\\_y\\_resumen.pdf](http://eprints.rclis.org/6015/1/An%C3%A1lisis_documental_indizaci%C3%B3n_y_resumen.pdf)

Echeverría-Cachipuendo, O. y Manosalvas, A. (2016). Modelo de desarrollo turístico para la región de Pesillo, parroquia Olmedo-Cayambe. Tesis. Universidad de las Fuerzas Armadas. Quito-Ecuador. <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/12732/1/T-ESPE-053805.pdf>

Echeverría-Cachipuendo, O. Et. al. (2018). Plan de desarrollo turístico para la parroquia Olmedo-Pesillo. Editorial Universitaria UTN. Universidad Técnica del norte. Ibarra-Ecuador. [https://issuu.com/utnuniversity/docs/digital\\_plan\\_ag#:~:text=Est](https://issuu.com/utnuniversity/docs/digital_plan_ag#:~:text=Est)

e%20Plan%20de%20Desarrollo%20Tur%20C3%ADstico%20PDTUR%20O  
Imedo%20%E2%80%93%20Pesillo%202025%20es,de%20la%20poblaci  
%20C3%B3n%20en%20cada

GAD Municipal de Antonio Ante. (2021). Parroquias.  
<https://www.antonioante.gob.ec/AntonioAnte/index.php/canton/historia/1-canton>

García, R. y Olmos, L. (2011). Estructura del mercado turístico.  
<https://www.paraninfo.es/catalogo/9788428338271/estructura-del-mercado-turistico-2-%C2%AA-edicion->

Guerri, M. (2021). La Terapia Holística ¿en qué consiste?  
<https://www.psycoactiva.com/blog/la-terapia-holistica-cosiste/>

Marroquín, R. (2012). Metodología de la investigación.  
[http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia\\_de\\_la\\_investigacion.pdf](http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia_de_la_investigacion.pdf)

Martínez, H. (2012). Metodología de la investigación. Cengage Learning.  
<https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/39957>

Martínez, R. (2009). Dimensionamiento del turismo espiritual en México. México, D.F.: Secretaría de Turismo (SECTUR).

Matos, A. (2020). Investigación Bibliográfica: Definición, Tipos, Técnicas  
<https://www.lifeder.com/investigacion-bibliografica/>

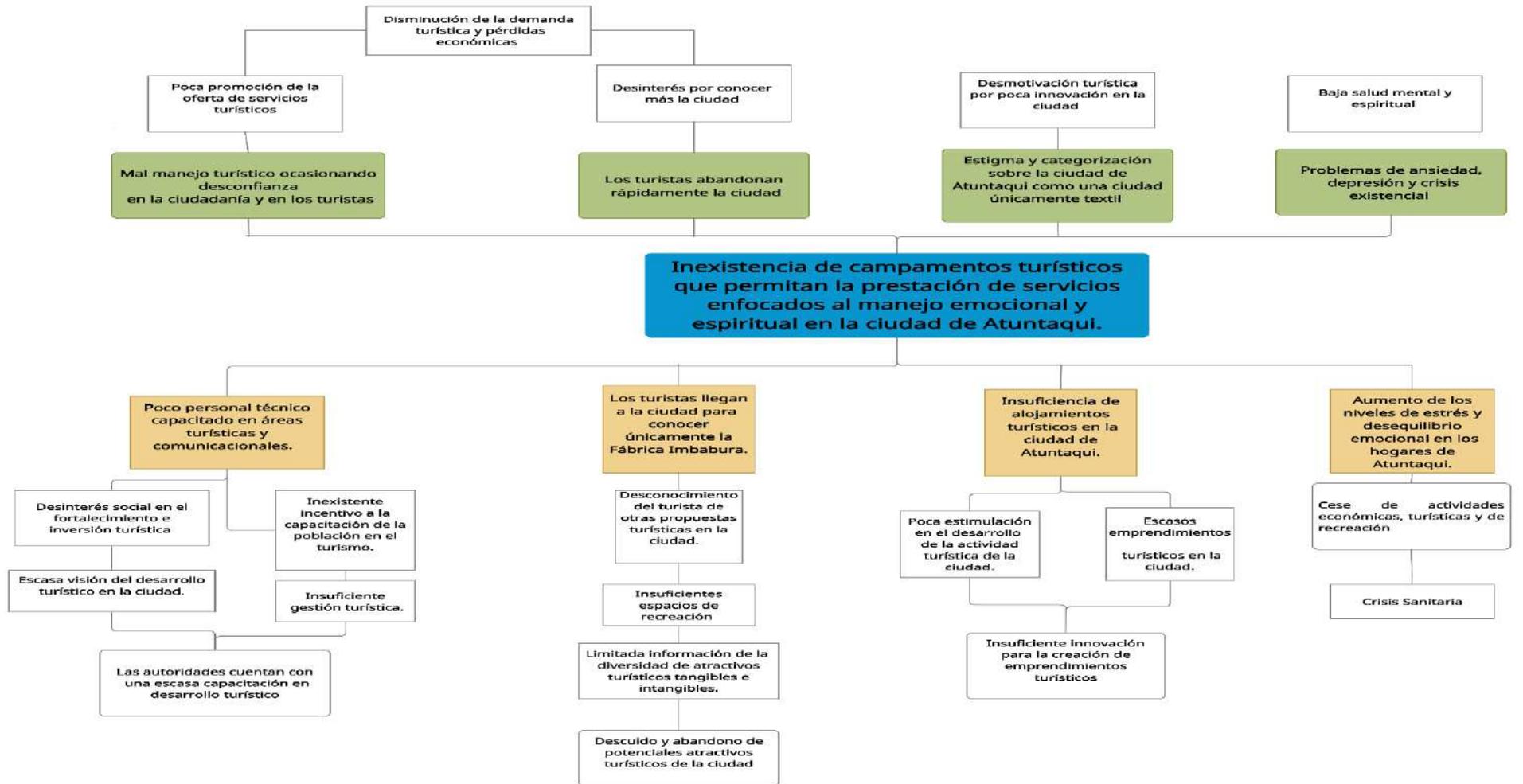
Ministerio de Turismo. (2015). Reglamento de alojamiento turístico.  
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

Ministerio de Turismo. (2018). Ecuador promociona el turismo de bienestar y salud en “Termatalia 2018”. <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-promociona-el-turismo-de-bienestar-y-salud-en-termatalia-2018/#:~:text=El%20turismo%20de%20bienestar%20tiene,aspectos%20f%C3%ADsicos%2C%20mentales%20y%20espirituales.>

- OMT. (1994). Introducción al turismo. <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Ortiz, J. (2020). Investigación Exploratoria: Tipos, Metodología y Ejemplos. <https://www.lifeder.com/investigacion-exploratoria/>
- Osorio G., R. Et. al. (2022) Turismo Rural, una radiografía desde Latinoamérica. Editorial Universitaria UTN. Universidad Técnica del Norte. Ibarra-Ecuador. <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/112634>
- Prieto Herrera, J. E. (2009). Investigación de mercados. Ecoe Ediciones. <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/69104>
- Ramírez, J. y Thomas, R. (2014). Fundamentos de Pedagogía. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Rodríguez, A. y Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento Revista EAN, 82, pp.179-200. <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Rossi, S. (2010). Qué son las terapias holísticas. <https://www.vix.com/es/imj/salud/2010/09/29/que-son-las-terapias-holisticas>
- Túquerres, E. y Echeverría-Cachipundo, O. (2018). Catálogo de atractivos turísticos de la parroquia Olmedo-Pesillo. Universidad Técnica del norte. Ibarra-Ecuador. [https://issuu.com/utnuniversity/docs/ebook\\_atractivos\\_olmedo](https://issuu.com/utnuniversity/docs/ebook_atractivos_olmedo)
- Vigo, M. (1980). Manual para dirigentes de campamentos organizados. <http://164.73.136.193/isef/T%20578-.pdf>

## Anexos

### Anexo 1. Árbol de problemas



## Anexo 2. Matriz Diagnóstica

 <div style="text-align: center;"> <b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE</b>  <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS</b>  <b>CARRERA DE TURISMO</b>  <b>FICHA DE DIAGNÓSTICO PARA EMPRENDIMIENTO</b> </div>								
BREVE DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO DONDE SE UBICARÁ EL EMPRENDIMIENTO								
<p>Santa Marta de Atuntaqui, comúnmente conocido como Atuntaqui, es la tercera urbe más grande y poblada de la provincia de Imbabura. Geográficamente se localiza en la región interandina a una altitud aproximada de 2413 m s. n. m., cuenta con un clima ligeramente frío de 16 °C. Es una ciudad conocida a nivel nacional por su industria textil, por tal razón es considerada centro industrial de la moda. Atuntaqui es una ciudad llena de historia, posee importantes recursos naturales y culturales. Tiene una riqueza cultural muy importante ya que en este sector se asienta una parte del complejo de tolas del cantón. En tal virtud es una ciudad con entorno tranquilo y con buen contenido turístico, por lo que es apropiada para la creación de un establecimiento turístico referente a la modalidad del turismo espiritual.</p>								
DATOS RELEVANTES								
LUGAR DONDE SE INSTALARÁ EL NEGOCIO	POBLACIÓN	MUJERES	%	HOMBRES	%	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA)	NIVEL DE EDUCACIÓN MAYORITARIO	
Atuntaqui	23.299	12.091	51,89 %	11.208	48,11%	10.864	El nivel de instrucción más alto dentro de la parroquia Atuntaqui es el "primario"	
COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS (%)								
ENERGÍA ELÉCTRICA	AGUA POTABLE	RED DE ALCANTARILLO	RECOLECCIÓN DE DESECHOS	TELEFONÍA FIJA	TELEFONÍA PÚBLICA	TELEFONÍA MÓVIL	CONEXIÓN A INTERNET	OBSERVACIONES
98,87%	93,11 %	62,20%	92,40%	41,28%	0%	80,41%	10,60%	Se observa que en el sitio de estudio no hay servicio de telefonía pública, factor que

hay que tener en cuenta en la creación del emprendimiento turístico.

INFRAESTRUCTURA, EQUIPAMIENTOS GENERALES Y SEGURIDAD (#)				
TRANSPORTE PÚBLICO	OFICINAS BANCARIAS	HOSPITALES/CENTROS DE SALUD	OFICINAS PÚBLICAS DE APOYO EMPRESARIAL	POLICÍA
1. Intercantonal: Flota Anteña 2. Urbano: Orozcotola	5	1	1	1
COOPERATIVAS DE TAXIS	PARQUEADEROS	MERCADOS Y/O TIENDAS		
1. Compañía de Taxis Convencionales Rutassanluis S.A. 2. Compañía de Taxis Convencionales Contaxdomingo S.A. 3. Compañía de Taxis Ejecutivos Paul Molina SA 4. Cooperativa de Transportes En Taxis Atuntaqui 5. Compañía de Taxis Natabuela S.A.	2	Mercado Municipal de Atuntaqui		
PROXIMIDAD A OTROS CENTROS URBANOS				
LOCALIDAD	DISTANCIA	TIEMPO	MEDIOS DE TRANSPORTE	TIPO DE VÍA
Ibarra	9Km	17 minutos	Bus intercantonal	Primer orden
Cotacachi	16Km	21 minutos	Bus intercantonal	Primer orden
POTENCIALIDADES TURÍSTICAS CERCANAS QUE FAVORECEN AL EMPRENDIMIENTO				
NATURALES		CULTURALES		
NOMBRE DEL SITIO	CARACTERÍSTICAS FAVORABLES	NOMBRE DEL SITIO	CARACTERÍSTICAS FAVORABLES	

<b>Bosque Polylepis</b>	Es un deslumbrante bosque milenario ubicado en las faldas del Imbabura donde se puede apreciar una vista espectacular de la ciudad.		Complejo Cultural Arqueológico "Pailatola"	La Pailatola constituye un reflejo de la lucha aborigen por la libertad, una huella de la historia, un legado de fortaleza. Las evidencias apuntan a que la Pailatola era un templo ceremonial, por lo que es un sitio icónico de interés arqueológico y cultural.	
			Complejo Cultural Fabrica Imbabura	Este emblema es un sitio turístico muy conocido a nivel nacional por lo que atrae a muchos turistas, además constituye una de las paradas del Tren del Ecuador.	
COMPETENCIA					
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CARACTERÍSTICAS			OBSERVACIONES	
	UBICACIÓN	SERVICIO/PRODUCTO QUE BRINDA	POSIBLE SEGMENTO DE MERCADO QUE CUBRE	CAPACIDAD DE SERVICIO	
<b>La Casa del Árbol</b>	Calle García Moreno, Atuntaqui, Ecuador	1. Área de picnic y campamento 2. Realización de eventos	Personas de entre 20 y 50 años que requieran realizar eventos o celebraciones en la ciudad de Atuntaqui	20 personas	En La Casa del Árbol se ofrecen muchos servicios además del campamento como fiestas de cumpleaños, celebración de 1ra comunión, fiestas de 15 años, cenas navideñas, etc.
FACILIDADES TURÍSTICAS DE ACCESO AL EMPRENDIMIENTO					
19.1 TIPO	SI/NO	DETALLE DE LA INFORMACIÓN	ESTADO	OBSERVACIONES	
SEÑALIZACIÓN	Si	Las vías cuentan con la señalización pertinente.	Bueno		
SEÑALÉTICA	Si	Actualmente se puede observar la señalética pertinente en sitios de interés cultural y arqueológico como el Complejo Pailatola.	Bueno		
UBICACIÓN EN MAPAS DIGITALES	Si	Se puede encontrar esta información en Google Maps.	Bueno		

MODALIDADES DE TURISMO QUE SE PRACTICAN					
TIPO	SI/NO	TEMPORALIDAD	LUGAR (ES) DONDE DE EJECUTA LA ACTIVIDAD	MODALIDAD A LA QUE CONTRIBUYE EL EMPRENDIMIENTO	
ECOTURISMO TUR. DE NATURALEZA TURISMO COMUNITARIO	No			<p align="center"><b>Turismo Espiritual</b></p> <p>Se basa en una variedad de motivaciones, que van desde el turismo religioso tradicional hasta la medicina alternativa y las formas de inmersión en la naturaleza. El turismo espiritual enseña a conocerse a sí mismos, a viajar al interior y a reconocer esa paz interna.</p> <p align="center"><b>Turismo de Bienestar</b></p> <p>El turismo de bienestar tiene un enfoque holístico y psíquico para mejorar, prevenir, equilibrar aspectos físicos, mentales y espirituales.</p>	
	SI	Verano	Senderos ecológicos, Bosque Polylepis		
	NO				
TURISMO CULTURAL TURISMO RELIGIOSO	SI	Junio	Complejo Cultural Arqueológico Pailatola, Santuario Señor del Santo Sepulcro, Iglesia de San Roque, Santuario de Nuestra Señora de Lourdes, Complejo Cultural Fábrica Imbabura.		
	NO				
TURISMO DE SALUD	NO				
TURISMO DE DEPORTES	NO				
TURISMO DE AVENTURA	SI	Verano	Cascada Sisa Paccha		
CONVENCIONES	NO				
OTROS					
POBLACIONES BENEFICIADAS POR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA		DECLARATORIAS EN EL DESTINO			ASPECTOS QUE FAVORECEN AL NEGOCIO
COMUNIDADES	LOCALIDADES	ENTIDAD	DETALLE	ESTADO	
	Andrade Marín	MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA, DEPORTES Y RECREACIÓN	El ministro de Educación, Cultura, Deportes y Recreación, Juan Cordero Íñiguez, emite el acuerdo ministerial N° 4121 con fecha 20 de septiembre de 2001 para declarar a la Fábrica Textil Imbabura "Bien perteneciente al Patrimonio Cultural de la Nación"	Vigente	En 2007 el turismo espiritual fue considerado por la Organización Mundial del Turismo como el segmento de más rápido crecimiento, debido a que los seres humanos buscan cada vez más desarrollar su propia espiritualidad y descubrir la de los demás.

	Atuntaqui	MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO	Proclamó Patrimonio Cultural Inmaterial la Fiesta popular de inocentes y fin de año en Atuntaqui declarada el 11 de diciembre de 2007, mediante acuerdo ministerial nro. 35	Vigente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se evidencia que en el sector no hay emprendimientos turísticos con enfoque al descanso y sanación espiritual,</li> <li>El efecto que ha causado la pandemia sobre las personas hace que busquen reconectar con su interior, escapar del estrés del confinamiento, aprender técnicas de manejo de emociones, etc.</li> </ul>
	Atuntaqui	INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL	En el mes de mayo del año 2004 se realizó un Convenio de Cooperación Interinstitucional entre el Gobierno Cantonal de Antonio Ante y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, para la ejecución del proyecto Recuperación y Puesta en Valor de Paila Tola y su entorno. El 18 de diciembre del 2004, mediante acuerdo ministerial N° 4472 se hizo la Declaratoria patrimonial de este bien y se elaboró la correspondiente ordenanza para su ocupación y uso.	Vigente	

PRINCIPALES PROBLEMAS IDENTIFICADOS QUE LIMITEN LA IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO		
DETALLE	MARCAR	ESPECIFICACIONES
SEGURIDAD CIUDADANA		
ACCESIBILIDAD		
ACCESO A SERVICIOS BÁSICOS		
CIRCULACIÓN VEHICULAR		
AUSENCIA DE FACILIDADES TURÍSTICAS	X	En el sector no existen facilidades que posibiliten la permanencia del turista en el centro receptor, como alojamiento, distracciones, amenidades.
SEÑALIZACIÓN		
SEÑALÉTICA EN ATRACTIVOS		
LIMITADO TALENTO HUMANO CAPACITADO	X	El personal responsable del área turística no está certificado y no cuenta con conocimientos importantes para el desarrollo y prestación del servicio.
OTROS	X	La falta de acción, recuperación y promoción de sitios emblemáticos como la Pailatola.
OBSERVACIONES		



**Anexo 3. Modelo de encuesta y entrevistas**



**Universidad Técnica del Norte**  
**Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas**  
**Licenciatura en Turismo**

**Encuesta dirigida a personas de 15 años en adelante que residen en las provincias de Carchi, Imbabura y Pichincha**

**Objetivo:**

La presente encuesta tiene como objetivo conocer la factibilidad del diseño de un campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística en Atuntaqui, Imbabura - Ecuador.

**Indicaciones**

**Estimado(a) encuestado, lea con atención las siguientes preguntas y seleccione la respuesta según su criterio. Gracias por su tiempo.**

**1. VARIANTES SOCIO-DEMOGRÁFICAS**

**1.1 Género**

- a) Masculino
- b) Femenino
- c) Otro

**1.2 Edad**

- a) 15 a 20 años
- b) 21 a 25 años
- c) 26 a 35 años
- d) 36 a 50 años
- e) 51 a 64 años
- f) 65 años en adelante

**1.3 Lugar de procedencia**

- a) Imbabura
- b) Carchi
- c) Pichincha
- d) Otro \_\_\_\_\_

**1.4 Nivel de instrucción**

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Superior
- d) Posgrado
- e) Otro\_\_\_\_\_

### **1.5 Indique su ocupación.**

- a) En sector público
- b) En sector privado
- c) Emprendedor
- d) Empresario
- e) Estudiante
- f) Jubilado
- g) Quehaceres del hogar
- h) Comerciante
- i) Artesano
- j) Otros\_\_\_\_\_

### **1.6 Estado Civil**

- a) Soltero
- b) Casado
- c) Divorciado
- d) Viudo
- e) Unión libre

### **1.7 Promedio de ingresos mensuales**

- a) Menos de 400 usd
- b) 401 a 600 usd
- c) 601 a 800 usd
- d) 801 a 1400 usd
- e) 1401 a 2000 usd
- f) Más de 2001 usd

## **2. VARIABLES PERFIL DEL CONSUMIDOR**

### **2.1 ¿En el último año cuantas veces ha visitado la ciudad de Atuntaqui?**

- a) Nunca
- b) 1 vez
- c) De 2 a 3 veces

- d) De 4 a 5 veces
- e) Más de 6 veces

Si su respuesta fue Nunca salte a la pregunta 10

## **2.2 ¿Cuál ha sido el motivo de su visita a la ciudad de Atuntaqui?**

- a) Adquisición de textiles
- b) Turismo
- c) Negocios
- d) Familia
- e) Otros\_\_\_\_\_

## **2.3 ¿Qué porcentaje de sus ingresos destina para realizar actividades turísticas y relajación?**

- a) 0% - 25%
- b) 26% - 50%
- c) 51% - 75%
- d) 76% - 100%

## **2.4 ¿Qué aspecto valora más al momento de visitar un establecimiento turístico de alojamiento?**

- a) Ubicación privilegiada
- b) Facilidad de acceso
- c) Precios cómodos y facilidad de pago
- d) Actividades de recreación
- e) Infraestructura atractiva
- f) Otro\_\_\_\_\_

## **2.5 ¿En el último año con qué frecuencia ha visitado un campamento turístico?**

- a) Nunca
- b) 1 vez
- c) De 2 a 3 veces
- d) De 4 a 5 veces
- e) Más de 6 veces

**2.6 ¿Con qué frecuencia experimenta sensaciones de estrés, cansancio, irritabilidad, aburrimiento, ansiedad y depresión?**

- a) Nunca
- b) A veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

**2.7 ¿Con qué frecuencia a la semana realiza actividades que atiendan sus necesidades emocionales y espirituales?**

- a) Nunca
- b) Una vez por semana
- c) De dos a tres veces por semana
- d) Más de cuatro veces a la semana

**2.8. Identifique cuáles son las razones que no le permiten atender sus necesidades emocionales y espirituales.**

- a) No tiene tiempo
- b) No lo considera importante
- c) No encuentra un sitio adecuado
- d) No tiene motivación
- e) No sabe por dónde empezar
- f) Siente miedo de enfrentarse a sus conflictos internos

**2.9 ¿Conoce algún campamento turístico dentro del país especializado en la práctica de terapia holística?**

- a) Si
- b) No

Si su respuesta fue si mencione cual\_\_\_\_\_

**2.10 ¿Le gustaría alojarse fuera de la ciudad, en un campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística cuya finalidad sea brindarle una experiencia renovadora y espiritual, en contacto con la naturaleza?**

- a) Si
- b) No

**2.12 ¿Qué actividades le gustaría realizar dentro del campamento turístico especializado en terapia holística para la sanación espiritual? Seleccione tres.**

- a) Yoga
- b) Masajes terapéuticos
- c) Reflexología
- d) Terapias de manejo de la ira y ansiedad
- e) Baños rituales y de cajón
- f) Meditación guiada
- g) Talleres de sanación espiritual
- h) Ponencias sobre crecimiento personal y motivación
- i) Interpretación de los sueños
- j) Taller de fabricación de artesanías
- k) Sesión de manifestación
- l) Limpias energéticas

**2.11 De las siguientes opciones, seleccione el servicio o actividad complementaria de mayor importancia para su estadía**

- a) Área de fogata
- b) Cocina de leña y parrilla para uso libre
- c) Spa
- d) Cine Camping
- e) Áreas de esparcimiento
- f) Actividades holísticas

**2.13 ¿En qué tipo de tienda de campaña le gustaría alojarse en el campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística?**

- a) Tienda de campaña boutique
- b) Tienda de campaña tipi o pirámide
- c) Tienda de campaña iglú
- d) Tienda de campaña de túnel



2.14 ¿Qué tipo de ambiente prefiere usted en un campamento turístico?

- a) Estilo moderno
- b) Estilo rústico
- c) Estilo nórdico o escandinavo
- d) Estilo minimalista



2.15 ¿Con cuántos acompañantes visitaría este lugar?

- a) Solo
- b) 2
- c) 3
- d) 4

- e) 5
- f) Más de 5

**2.16 ¿Cuál sería su tiempo de permanencia en el campamento turístico especializado en terapia holística para la sanación espiritual?**

- a) un día
- b) un fin de semana
- c) 3 a 4 días
- d) más de una semana

**2.17 ¿Cuál considera que es el mayor beneficio que experimentarían los huéspedes al visitar un campamento de sanación espiritual y emocional?**

- a) Mejora de la salud emocional y aumento de la felicidad
- b) Aumento de la conciencia personal
- c) Mejor rendimiento en el desempeño de actividades diarias.
- d) Mayor concentración
- e) Mejora en la capacidad de comunicación interpersonal
- f) Buen manejo de emociones

**2.18 ¿A través de qué medios le gustaría recibir información del campamento turístico?**

- a) Redes sociales
- b) Páginas Web
- c) Buscadores
- d) Apps de alojamiento y hospedaje
- e) Televisión
- f) Radio
- g) Recomendación de amigos/ familiares

**2.19 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche de alojamiento en el campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística, tomando en cuenta que se incluyen los servicios complementarios (alimentación y actividades holísticas)?**

- a) Menos de \$40
- b) Entre \$41 y \$50
- c) Entre \$51 y \$60
- d) Más de \$60



**Universidad Técnica del Norte**  
**Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas**  
**Licenciatura en Turismo**

**Objetivo:**

La presente entrevista tiene como objetivo conocer la factibilidad del diseño de un campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística en Atuntaqui, Imbabura - Ecuador.

Nombre del entrevistado (a): Ximena Esparza

Ocupación: Naturópata

Lugar de procedencia: Otavalo

- 1. ¿Qué opinión tiene acerca de una propuesta de emprendimiento donde se combine el alojamiento turístico con actividades que ayuden al visitante a sanar emocional y espiritualmente en contacto con la naturaleza?**
  
- 2. ¿Cree usted que es importante atender las necesidades emocionales y espirituales para alcanzar un mejor desarrollo en las actividades cotidianas?  
¿Por qué?**
  
- 3. ¿Qué aspectos se debería tomar en cuenta para el diseño del campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística en Atuntaqui?**
  
- 4. ¿Cuáles cree que serían los impactos positivos que experimentarían los huéspedes al visitar un campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística?**
  
- 5. ¿Qué recomendaciones daría usted para que esta propuesta sea exitosa?**
  
- 6. ¿Qué expectativas genera en usted la visita a un campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística?**
  
- 7. ¿Qué terapias son las más recomendables según su criterio para practicar en este tipo de campamento turístico?**



**Universidad Técnica del Norte**  
**Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas**  
**Licenciatura en Turismo**

**Objetivo:**

La presente entrevista tiene como objetivo conocer la factibilidad del diseño de un campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística en Atuntaqui, Imbabura - Ecuador.

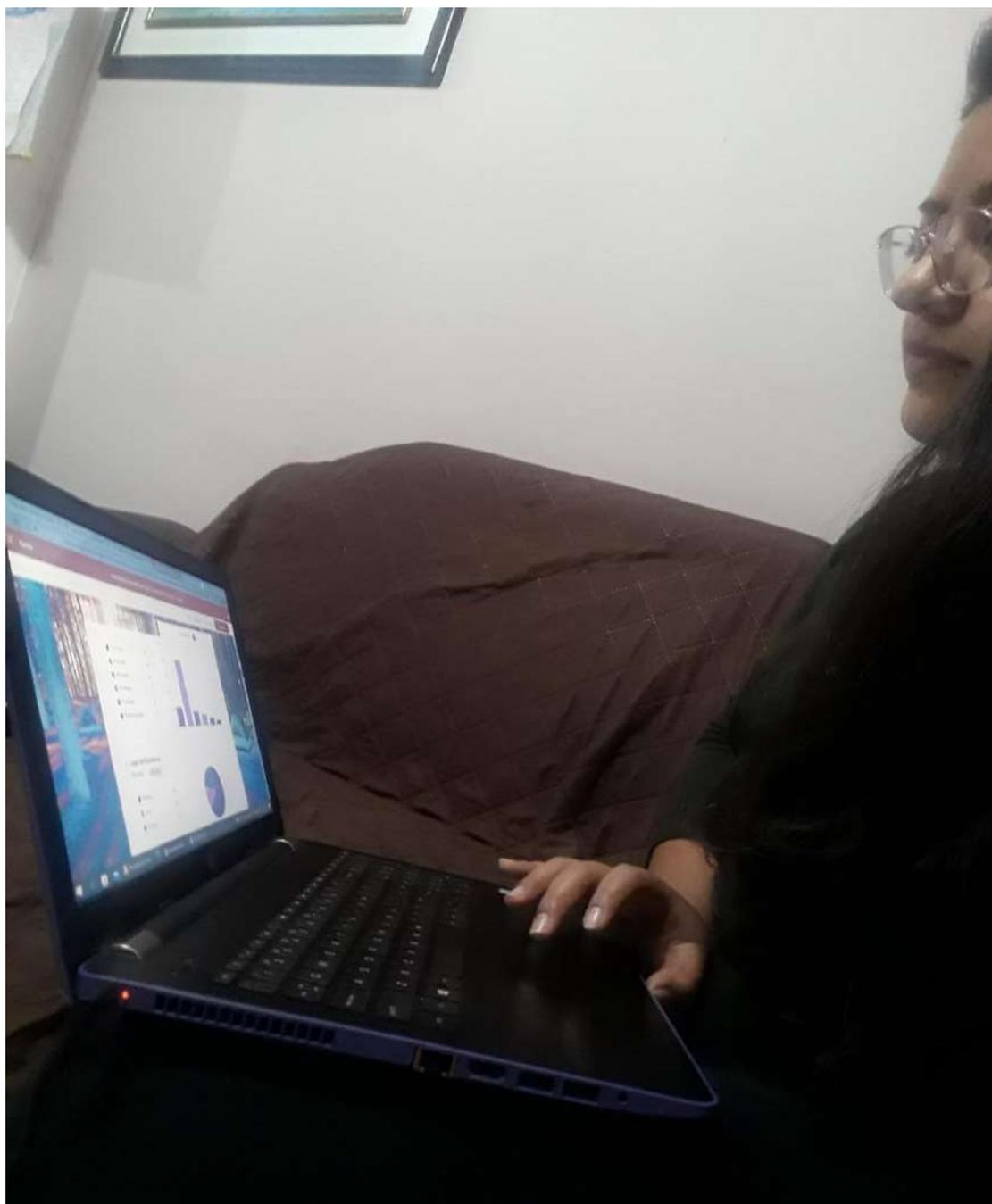
Nombre del entrevistado (a): Edwin González

Ocupación: Director de Turismo - GAD municipal de Antonio Ante

Lugar de procedencia: Atuntaqui

- 1. ¿Cómo percibe usted el desarrollo del sector turístico en la ciudad de Atuntaqui?**
  
- 2. ¿Considera usted que el diseño de un campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística contribuiría a mejorar el desarrollo del sector turístico en Atuntaqui? ¿Por qué?**
  
- 3. ¿Qué aspectos se debería tomar en cuenta para el diseño del campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística en Atuntaqui?**
  
- 4. ¿Podría la ciudad de Atuntaqui incursionar en la modalidad del turismo espiritual? ¿Por qué?**
  
- 5. ¿Considera usted que es importante la innovación para impulsar el desarrollo turístico y económico en la ciudad de Atuntaqui? ¿Por qué?**
  
- 6. ¿Qué recomendaciones daría usted para que esta propuesta sea exitosa?**
  
- 7. ¿Qué expectativas genera en usted la visita a un campamento turístico especializado en la práctica de terapia holística?**

#### **Anexo 4. Aplicación de las encuestas**



**Anexo 5. Realización de los planos**

