



## **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE TURISMO**

**“LODGE CON ZOOTHERAPIA COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO  
TURÍSTICO EN LA PARROQUIA DE LITA, IMBABURA, ECUADOR”**

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

**AUTORAS: JOHANNA JAZMIN ARIAS MORALES**

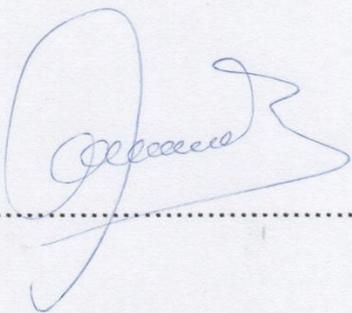
**KATHERINE MARLENE ROSERO FLORES**

**DIRECTOR: ECHEVERRÍA CACHIPUENDO GALO OSWALDO MSc.**

**IBARRA, 2022**

## APROBACIÓN DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la señorita Arias Morales Johanna Jazmin, portadora de la cédula de identidad número: 1003606041, para optar por el título de Licenciada en Turismo, cuyo tema es "CREACIÓN DE UN LODGE CON ZOOTERAPIA COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA DE LITA, IMBABURA, ECUADOR". Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte de tribunal examinador que se designe.



.....

Galo Oswaldo Echeverría Cachipundo MSc.

C.I. 1713642666

## APROBACIÓN DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la señorita Rosero Flores Katherine Marlene, portadora de la cédula de identidad número: 1004192793, para optar por el título de Licenciada en Turismo, cuyo tema es "CREACIÓN DE UN LODGE CON ZOOTERAPIA COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA DE LITA, IMBABURA, ECUADOR". Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte de tribunal examinador que se designe.



A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Galo Oswaldo Echeverría', is written over a horizontal dashed line.

MSc. Galo Oswaldo Echeverría Cachipundo

C.I. 1713642666



# 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			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100360604-1		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Arias Morales Johanna Jazmin		
DIRECCIÓN:	San Roque, calle Bolívar y David Medina		
EMAIL:	<a href="mailto:jjarias@utn.edu.ec">jjarias@utn.edu.ec</a>		
TELÉFONO FIJO:	2 900 048	TELÉFONO MÓVIL:	0983665709

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"LODGE CON ZOOTERAPIA COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA DE LITA, IMBABURA, ECUADOR"
AUTOR (ES):	JOHANNA JAZMIN ARIAS MORALES KATHERINE MARLENE ROSERO FLORES
FECHA: DD/MM/AAAA	14/08/2021
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	ECHEVERRÍA CACHIPUENDO 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 31 días del mes de marzo de 2022

EL AUTOR:

Johanna Jazmin Arias Morales



# 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>	100419279-3		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Rosero Flores Katherine Marlene		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Otavalo, Coop. Antonio Mejía Cisneros		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:kmroserof@utn.edu.ec">kmroserof@utn.edu.ec</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2 522 233	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0981343632

DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	"LODGE CON ZOOTHERAPIA COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA DE LITA, IMBABURA, ECUADOR"
<b>AUTOR (ES):</b>	JOHANNA JAZMIN ARIAS MORALES KATHERINE MARLENE ROSERO FLORES
<b>FECHA: DD/MM/AAAA</b>	14/08/2021
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	Licenciatura en Turismo
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	ECHEVERRÍA CACHIPUENDO 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 31 días del mes de marzo de 2022

**EL AUTOR:**

Katherine Marlene Rosero Flores

## DEDICATORIA

En la vida se encuentra con innumerables retos, uno de ellos es la universidad. Al encontrarnos dentro de ella, nos hemos dado cuenta que más allá que un reto es una base, no solo para nuestro entendimiento de campo en el que hemos trabajado cuidadosamente, sino para lo que concierne a la vida y nuestro futuro.

Esta investigación se realizó pensando en contribuir con datos relevantes de la implementación de un lodge con zooterapia en la parroquia de Lita, además de servir de base para futuros estudios relacionados en esta área.

Dedicada a los estudiantes de la Universidad Técnica del Norte y la población de Lita, lugar óptimo en el que se realiza turismo.

***Jazmin Arias & Katherine Rosero***

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de culminar mis estudios y por haberme otorgado una familia maravillosa, quienes han creído en mí siempre.

A mis padres por ser el pilar fundamental en mi vida, mis hermanos y sobrino por siempre estar ahí y no dejarme sola en los momentos más difíciles.

A mis amigos por la amistad y los buenos momentos que hemos compartido en este largo trayecto, todos hemos aprendido en el ámbito profesional y personal, agradezco por haber aportado grandes experiencias y el apoyo incondicional que siempre recibí en todo momento.

***Jazmin Arias.***

Agradezco a Dios por darme la fuerza, sabiduría y acompañarme en todo momento permitiéndome seguir por el camino correcto.

A mis padres quienes supieron caminar conmigo esforzándose día a día para darme la oportunidad de terminar mis estudios.

A mi hermana que es como mi segunda madre, quien me ha brindado su apoyo incondicional y ha sido mi ejemplo a seguir.

Al amor de mi vida quien contribuyo mucho para que yo pudiera entrar a esta prestigiosa Universidad, además de apoyarme en la trayectoria de toda la carrera.

A mis amigos quienes caminaron conmigo aportando sus conocimientos tanto en lo profesional como en lo personal colaborando en todos los momentos tristes y alegres para culminar nuestros estudios.

***Katherine Rosero.***

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	iii
.....	iv
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD .....	v
.....	vi
DEDICATORIA .....	vii
AGRADECIMIENTO .....	viii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xiv
OBJETIVOS DEL EMPRENDIMIENTO .....	xvi
General.....	xvi
Específicos.....	xvi
RESUMEN .....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
INTRODUCCIÓN.....	xix
CAPÍTULO I .....	1
1. ANTECEDENTES .....	1
1.1 Diagnóstico.....	1
1.2 Propuesta de Negocio .....	1
1.3 Sustentar la innovación y la idea del negocio .....	3
1.4 Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio. ....	3
1.5 Riesgos y oportunidades de la idea de negocio .....	7
1.6 Fundamentos teóricos.....	8
1.7 Fundamentación legal .....	13
CAPITULO II .....	16
2. ESTUDIO DE MERCADO .....	16
2.1 Diseño de la Investigación de mercado .....	16
2.2 Segmentación de Mercados .....	26
2.3 Análisis de la oferta .....	28

2.4	Proyección de la Competencia .....	32
2.5	Análisis de la Demanda.....	35
2.6	Proyección de la Demanda .....	36
2.7	Demanda Insatisfecha .....	37
CAPITULO III .....		39
3.	ESTUDIO TÉCNICO .....	39
3.1	Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto .....	39
3.2	Identificación y descripción de los procesos.....	42
3.3	Ingeniería del proyecto.....	65
3.4	Requerimientos por áreas .....	72
3.5	Inversiones y capital de trabajo.....	78
3.6	Estructura organizativa y administrativa .....	94
3.7	Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual .....	115
CAPITULO IV .....		119
4.	PLAN DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING .....	119
4.1	Nombre comercial de la empresa.....	119
4.2	Canales de distribución.....	121
4.3	Promoción del marketing .....	123
4.4	Investigación y análisis de las estrategias y métodos de mercadeo más apropiadas a utilizar. ....	127
CAPITULO V .....		129
5.	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO .....	129
5.1	Balance de situación inicial.....	129
5.2	Tabla de Amortización .....	131
5.3	Cálculo del Costo Capital .....	131
5.4	Flujo de efectivo del año 1.....	132
5.5	Flujo proyectado a 5 años.....	134
5.6	Punto de equilibrio .....	135
CAPÍTULO VI .....		138
6.	ESTUDIO AMBIENTAL .....	138
6.1	Descripción de las actividades del proyecto. ....	138
6.2	Factores Ambientales .....	141

6.3	Identificación de los Impactos Ambientales .....	142
6.4	Definición Método EIA.....	144
6.5	Escala interpretativa de valoración .....	147
6.6	Valoración de los Impactos Ambientales .....	148
6.7	Aplicación del método Leopold modificado .....	149
6.8	Resumen de la matriz de valoración .....	160
6.9	Jerarquización.....	165
6.10	Plan De Manejo ambiental .....	168
CONCLUSIONES .....		170
RECOMENDACIONES .....		172
BIBLIOGRAFÍA.....		173
ANEXOS .....		177

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Factores que intervienen en la idea de negocio en la parroquia de Lita.....	4
<b>Tabla 2:</b> Reglamentación sustentada en el emprendimiento.....	13
<b>Tabla 3:</b> Datos reflejados de la segmentación de mercados de la parroquia de Lita. ....	27
<b>Tabla 4:</b> Atractivos turísticos aledaños de la parroquia de Lita .....	29
<b>Tabla 5:</b> Alojamiento en las zonas aledañas de la parroquia de Lita. ....	30
<b>Tabla 6:</b> Establecimiento de restauración de la parroquia de Lita.....	32
<b>Tabla 7:</b> Cantidad promedio de turistas en la parroquia de Lita (2019). ....	33
<b>Tabla 8:</b> Proyección de la oferta reflejada a 10 años.....	34
<b>Tabla 9:</b> Demanda potencial del mercado objetivo del cantón Ibarra. ....	35
<b>Tabla 10:</b> Demanda potencial para el emprendimiento. ....	35
<b>Tabla 11:</b> Proyección de la demanda del emprendimiento en la parroquia de Lita. ....	36
<b>Tabla 12:</b> Proyección de la demanda insatisfecha de la parroquia de Lita. ....	37
<b>Tabla 13:</b> Horario de atención del lodge .....	42
<b>Tabla 14:</b> Costo de las habitaciones .....	45
<b>Tabla 15:</b> Costo del menú.....	49
<b>Tabla 16:</b> Costo de la zona húmeda .....	50
<b>Tabla 17:</b> Programa de actividades de socialización y preparación de conejos.:.....	52
<b>Tabla 18:</b> Costo de las terapias.....	54
<b>Tabla 19:</b> Costo de las salas de juegos .....	56
<b>Tabla 20:</b> Descripción del proceso productivo del alojamiento.....	57
<b>Tabla 21:</b> Descripción del proceso productivo de la restauración .....	58
<b>Tabla 22:</b> Descripción del proceso productivo del SPA.....	61
<b>Tabla 23:</b> Descripción del proceso productivo de la zooterapia .....	62
<b>Tabla 24:</b> Descripción del proceso productivo de la sala de juegos.....	63
<b>Tabla 25:</b> Detalles de la distribución de la planta del área de zooterapia .....	67
<b>Tabla 26:</b> Detalle de la distribución de la planta del área de restauración.....	68
<b>Tabla 27:</b> Equipamiento de las habitaciones .....	69
<b>Tabla 28:</b> Requerimiento del área de recepción .....	72
<b>Tabla 29:</b> Requerimiento del área de alojamiento .....	73
<b>Tabla 30:</b> Requerimiento del área de restauración.....	74
<b>Tabla 31:</b> Requerimiento del área de SPA.....	75
<b>Tabla 32:</b> Requerimiento del área de zooterapia .....	76
<b>Tabla 33:</b> Requerimiento del área de sala de juegos .....	77
<b>Tabla 34:</b> Costo de la infraestructura e instalación del establecimiento .....	79
<b>Tabla 35:</b> Cotización de las diferentes áreas del establecimiento.....	80
<b>Tabla 36:</b> Costo de maquinaria y equipos de la recepción .....	81
<b>Tabla 37:</b> Costo de maquinaria y equipos del alojamiento .....	82
<b>Tabla 38:</b> Costo de maquinaria y equipos de la restauración.....	83
<b>Tabla 39:</b> Costo de maquinaria y equipos del SPA .....	85
<b>Tabla 40:</b> Costo de maquinaria y equipos de la zooterapia.....	86
<b>Tabla 41:</b> Costo de maquinaria y equipos de la sala de juegos .....	87
<b>Tabla 42:</b> Gastos de permisos de funcionamiento para el lodge .....	89
<b>Tabla 43:</b> Gastos publicitarios del lodge. ....	89

<b>Tabla 44:</b> Gastos de los servicios básicos .....	90
<b>Tabla 45:</b> Gastos de los salarios del personal .....	91
<b>Tabla 46:</b> Gastos de las cuotas mensuales de la inversión.....	91
<b>Tabla 47:</b> Gastos de la alimentación .....	92
<b>Tabla 48:</b> Gastos de las áreas del emprendimiento .....	93
<b>Tabla 49:</b> Costos de la publicidad del lodge .....	124
<b>Tabla 50:</b> Actividades en la etapa de construcción.....	138
<b>Tabla 51:</b> Actividades en la etapa de operación .....	139
<b>Tabla 52:</b> Factores en el área de construcción .....	141
<b>Tabla 53:</b> Factores en el área de operación .....	141
<b>Tabla 54:</b> Impactos en el área de construcción .....	142
<b>Tabla 55:</b> Impactos en el área de operación .....	143
<b>Tabla 56:</b> Matriz de identificación de impactos ambientales en la etapa de construcción	145
<b>Tabla 57:</b> Matriz de identificación de impactos ambientales en la etapa de operación ...	146
<b>Tabla 58:</b> Escala interpretativa de valoración .....	147
<b>Tabla 59:</b> Rango de índice de impacto negativo.....	148
<b>Tabla 60:</b> Rango de índice de impacto positivo .....	148
<b>Tabla 61:</b> Matriz de Leopold acondicionamiento del terreno .....	150
<b>Tabla 62:</b> Matriz de Leopold cimentación y adecuación de infraestructura de (alojamiento, restauración, zooterapia, SPA, sala de juegos y parqueadero) .....	151
<b>Tabla 63:</b> Matriz de Leopold capacitación y preparación para el personal técnico.....	152
<b>Tabla 64:</b> Matriz de Leopold construcción de modelos de reciprocidad con la comunidad .....	153
<b>Tabla 65:</b> Matriz de Leopold servicio de alojamiento .....	154
<b>Tabla 66:</b> Matriz de Leopold servicio de restauración .....	155
<b>Tabla 67:</b> Matriz de Leopold SPA.....	156
<b>Tabla 68:</b> Matriz de Leopold servicio de zooterapia .....	157
<b>Tabla 69:</b> Matriz de Leopold sala de juegos .....	158
<b>Tabla 70:</b> Matriz de Leopold parqueadero .....	159
<b>Tabla 71:</b> Matriz de resumen etapa de construcción .....	160
<b>Tabla 72:</b> Matriz de resumen etapa de operación .....	163
<b>Tabla 73:</b> Jerarquización de impactos positivos etapa de construcción .....	165
<b>Tabla 74:</b> Jerarquización de impactos negativos etapa de construcción .....	167
<b>Tabla 75:</b> Plan de manejo ambiental.....	168

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Pregunta N° 9. ¿Le gustaría conocer un lodge que contenga la interacción con animales de granja o corral para fomentar el servicio turístico? Si su respuesta es afirmativa continúe, caso contrario finalice la encuesta. ....	19
<b>Figura 2:</b> Pregunta N° 10. ¿Con qué frecuencia en el año realiza viajes a un lodge? .....	20
<b>Figura 3:</b> Pregunta N° 11. ¿Cuál es el gasto promedio?.....	20
<b>Figura 4:</b> Pregunta N° 13. ¿Qué tipo de animal prefiere para realizar la zooterapia?.....	21
<b>Figura 5:</b> Pregunta N° 15. Con la zooterapia obtenemos varios beneficios. ¿Cuáles de estos serían de gran ayuda para usted? Marque 2 opciones. ....	22
<b>Figura 6:</b> Pregunta N° 16. De existir un lodge con zooterapia en Lita. ¿Desearía usted hospedarse en él? .....	23
<b>Figura 7:</b> Pregunta N° 18. ¿Qué servicios son los de su preferencia? Escoja 5 opciones. ....	23
<b>Figura 8:</b> Pregunta N° 18. ¿Para el servicio de alojamiento que preferiría? .....	24
<b>Figura 9:</b> Pregunta N° 19. ¿Qué tipo de alimentación le gustaría que se ofrezca? .....	25
<b>Figura 10:</b> Pregunta N° 20. ¿Cuál de las siguientes opciones escogería? - Escoja solo un paquete. ....	26
<b>Figura 11:</b> Macro localización y Micro localización de Lita .....	39
<b>Figura 12:</b> Plano del lodge .....	71
<b>Figura 13:</b> Logo del lodge.....	98
<b>Figura 14:</b> Organigrama de áreas del lodge .....	99
<b>Figura 15:</b> Organigrama del personal .....	100
<b>Figura 16:</b> Ficha de trabajo del gerente general.....	101
<b>Figura 17:</b> Ficha de trabajo del chef.....	103
<b>Figura 18:</b> Ficha de trabajo de la camarera .....	104
<b>Figura 19:</b> Ficha de trabajo del recepcionista .....	105
<b>Figura 20:</b> Ficha de trabajo del poli funcional .....	106
<b>Figura 21:</b> Ficha de trabajo del contador general .....	107
<b>Figura 22:</b> Ficha de trabajo del veterinario .....	108
<b>Figura 23:</b> Flujograma del alojamiento .....	110
<b>Figura 24:</b> Flujograma de restauración .....	111
<b>Figura 25:</b> Flujograma de zooterapia .....	112
<b>Figura 26:</b> Flujograma de la zona húmeda .....	113
<b>Figura 27:</b> Flujo de la sala de juegos .....	114
<b>Figura 28:</b> Logo del lodge.....	119
<b>Figura 29:</b> Canal directo .....	121
<b>Figura 30:</b> Canal indirecto corto .....	122
<b>Figura 31:</b> Canal indirecto largo .....	122
<b>Figura 32:</b> Balance de situación inicial.....	129
<b>Figura 33:</b> Tabla de amortización.....	131
<b>Figura 34:</b> Calculo costo capital .....	131
<b>Figura 35:</b> Flujo año 1.....	132
<b>Figura 36:</b> Flujo proyectado a 10 años .....	134
<b>Figura 37:</b> Evaluación del proyecto (VAN Y TIR) .....	134

<b>Figura 38:</b> Punto de equilibrio .....	135
<b>Figura 39:</b> Gráfico del punto de equilibrio .....	137
<b>Figura 40:</b> Impactos positivos .....	166
<b>Figura 41:</b> Impactos negativos .....	167

## **OBJETIVOS DEL EMPRENDIMIENTO**

### **General**

- Implementar un lodge con zooterapia como alternativa de desarrollo turístico en la parroquia de Lita cantón Ibarra provincia de Imbabura, como una nueva forma de descanso y relajación promoviendo la idea de turismo ecológico.

### **Específicos**

- Identificar mediante un diagnóstico la situación actual de la parroquia de Lita para la posible implementación de un emprendimiento.
  - Identificar la oferta y la demanda mediante un estudio de mercado.
  - Realizar un estudio técnico y administrativo del emprendimiento.
  - Establecer un estudio de comercialización y marketing para el emprendimiento.
  - Determinar mediante un estudio económico financiero la sostenibilidad del emprendimiento.
  - Realizar un estudio ambiental el cual permita generar el mínimo impacto en la zona con la construcción del proyecto.

## RESUMEN

El presente proyecto propone implementar un Lodge con zooterapia como alternativa de desarrollo turístico en la parroquia de Lita, Imbabura, Ecuador, aportando una mejor calidad de vida a niños, adolescentes y adultos con autismo, accidentes automovilísticos, síndrome de Down y la enfermedad más común el estrés, generado por diversas situaciones, dichas personas se benefician con esta metodología basada en la interacción con distintos animales que generan varios beneficios curativos y un ambiente de relajación para el consumidor, además se busca una consolidación con los emprendimientos aledaños contribuyendo al desarrollo económico del sector y generando fuentes de empleo.

El documento consta de 6 capítulos indagados con información esencial, en el cual se observa las proyecciones y factibilidad desarrollada explícitamente en el proyecto, la metodología utilizada es de carácter cuantitativo y de investigación descriptiva, se aplicó encuestas para determinar el mercado objetivo meta, mismas que sirvieron para la recolección de datos y la fijación de precios en los servicios a ofertar, se elaboró un plano arquitectónico que dará una mejor visibilidad donde se definen la áreas que se implementaran dentro del establecimiento, la ejecución de los capítulos dan como resultado un desarrollo favorable en cuanto a la aceptación del proyecto, con resultados económicos prominentes que permiten obtener una rentabilidad en un periodo de 10 años.

## **ABSTRACT**

The present project proposes to implement a Lodge with zootherapy as an alternative for tourism development in the parish of Lita, Imbabura, Ecuador, contributing to a better quality of life for children and adults with autism, car accidents, Down syndrome and the most common disease the stress generated by various situations, these people benefit from this methodology based on the interaction with different pets that generate various healing benefits and a relaxing environment for the consumer, in addition, a consolidation is sought with neighboring enterprises contributing to the economic development of the sector and generating sources of employment.

The document consists of 6 chapters investigated with essential information, in which the projections and feasibility explicitly developed in the project are observed, the methodology used is quantitative and descriptive research, surveys were applied to determine the target market, same as They were used to collect data and fix prices in the services to be offered, an architectural plan was prepared that will give better visibility where the areas to be implemented within the establishment are defined, the execution of the chapters results in a favorable development Regarding the acceptance of the project, with prominent economic results that allow obtaining a profitability in a period of 10 years.

## INTRODUCCIÓN

Lita, conocida como el paraíso escondido de la provincia de Imbabura, atrae a varios turistas nacionales y extranjeros, gracias a los atractivos que posee entre ellos la gastronomía, clima, flora y fauna, cualidades que la hacen valiosa para la implementación de un lodge con zooterapia (terapia con animales) cuyo principal objetivo será ofrecer una nueva forma de descanso y relajación promoviendo la idea de turismo ecológico. La importancia de estudiar este tema en particular radica en los beneficios que contribuyen a la salud de las personas.

Mediante la metodología de investigación se realizará una recopilación de datos de tipo cuantitativa lo que facilitará al interesado conocer desde una visión más amplia los gustos de cada cliente para brindar un mejor servicio.

En el capítulo I se abordan la sustentación teórica y legal que respaldan el planteamiento. Se hace un breve repaso de los antecedentes previos a analizar sobre el tema que se eligió, la propuesta y los factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio.

En el capítulo II se introduce el estudio de mercado, el mismo aborda la metodología de investigación y los instrumentos utilizados que ayudaran a determinar varios elementos fundamentales en este apartado. También se define la segmentación de mercados es decir el enfoque que tiene el proyecto con respecto al público objetivo, se realizara el análisis de la oferta en donde se describen los emprendimientos que tienen cierta relación al proyecto planteado, seguido de la proyección de la competencia cuyo análisis se basa en la cantidad promedio de turistas que tiene la parroquia de Lita, finalmente se redactara el análisis de la demanda.

En el primer apartado del capítulo III se define el análisis y determinación de la localización optima del proyecto, seguidamente la caracterización y diseño de los servicios a ofertar. A continuación, se describe la ingeniería del proyecto, la distribución de la planta, los requerimientos por áreas, la inversión y capital de

trabajo. En otro apartado se describe la estructura organizativa y administrativa que refiere a la misión, visión, políticas, valores, marca e imagen corporativa, la forma de organización y el manual de funciones del emprendimiento.

En el capítulo IV se da a conocer el plan de comercialización y marketing el cual ayudara a la promoción y difusión del emprendimiento.

En el capítulo V se detalla el análisis financiero, el cual se exponen diferentes puntos entre ellos el balance de situación inicial, costo de capital de trabajo, flujo proyectado, tabla de amortización y el punto de equilibrio, con estos datos relevantes se determina la factibilidad del proyecto.

Finalmente, en el capítulo VI se realiza la evaluación de impactos utilizando el método de Leopold modificado, en el que se jerarquiza los impactos positivos y negativos de acuerdo a cada factor que genera el emprendimiento en la zona, de la misma manera se elabora un plan de manejo ambiental donde se tomaran medidas de mitigación que intervengan en la implementación del lodge.

## **CAPÍTULO I**

### **1. ANTECEDENTES**

#### **1.1 Diagnóstico**

La parroquia de Lita se encuentra ubicada al Noroccidente de la Provincia de Imbabura a una distancia de 119 Km de Ibarra y a 800msnm. Por su ubicación geográfica el clima de la parroquia es cálido húmedo. Lita forma parte de la ciudad de Ibarra como parroquia. Está limitada por el río Mira al Norte; al Sur los páramos de Piñán; al Este la quebrada de Chinambi y al Oeste el Río Lita. La temperatura alcanza los 18°-26° la latitud norte es 0° 20' 08" longitud oeste 78°10' 09" (Lita, 2019).

Lita cuenta con 3.945 pobladores de los cuales el 55% son hombres y el 45% mujeres, la población de 1026 es activamente económica por ende realizan actividades agrícolas, con varios recursos turísticos, dentro del ámbito de producción el sector está dedicado al cultivo de frutas tropicales como: naranjilla, caña, papaya, plátano, mandarina, naranja (Lita, 2019).

Dentro de la conectividad y accesos, la parroquia cuenta con vías de primer y segundo orden, con varias frecuencias para poder llegar desde la ciudad de Ibarra, el tiempo aproximado es de 2h: 00min, el medio de transporte utilizado es el autobús.

#### **1.2 Propuesta de Negocio**

Lita cuenta con una riqueza paisajística única, la cual se puede aprovechar para la realización del lodge, se ha pensado adecuar las habitaciones a base de madera

y vidrio, de este modo se da el concepto de cabañas triangulares rústicas, además se construirá espacios terapéuticos, de entretenimiento y relajación.

Lodge es un alojamiento turístico, que ofrece el servicio de hospedaje en cabañas privadas con cuarto de baño, ubicado en ambientes naturales en los que se privilegia el paisaje (TURISMO, 2016).

La realización del lodge cuenta con cabañas, restaurante, áreas terapéuticas, parqueadero, juegos, piscina y SPA, todos los espacios mencionados están dentro de un terreno de aproximadamente 3 hectáreas, los cuales son propiedad de la familia.

Dentro del espacio descrito se implementará un alojamiento cálido y acogedor, el lodge se complace en ofrecer habitaciones únicas y privadas con buena iluminación, grandes ventanales y amplios balcones con una gran vista. Un restaurante hecho a base de domos de vidrio, donde se consentirá el paladar de los clientes con una variedad de platos nacionales e internacionales.

Un espacio de zooterapia, que brindara varios beneficios a través de las energías que transmiten los animales de granja hacia los humanos, en la parte del entretenimiento y relajación se cuenta con un servicio completo como sala de juegos, piscina, turco, hidromasaje, baños de cajón y baños de chocolate.

Se decidió implementar un espacio donde el descanso, entretenimiento y relajación hacen del turista una experiencia inolvidable, además de generar ingresos económicos indirectos para la parroquia y beneficiar de una forma directa con la visita de la zona.

### **1.3 Sustentar la innovación y la idea del negocio**

El lodge a través de su infraestructura brinda cabañas triangulares rústicas que son una nueva experiencia de alojamiento siendo una manera innovadora de descanso. En este caso se ofrece un servicio completamente personalizado en un ambiente natural y acogedor, las habitaciones cuentan con un modelo exclusivo que brindan comodidad y confort, realizadas con materiales fáciles de conseguir.

El emprendimiento ofrece la conexión con los animales que serán de apoyo para las terapias, estas se realizan con personas de todas las edades ayudando a disminuir los índices de ansiedad y estrés generados por la situación actual del país, entre algunos beneficios ayuda a aumentar la autoestima, combate la tristeza, sensación de soledad, depresión, mejora vínculos interpersonales, desarrolla la motricidad y es fundamental en personas que han sufrido un accidente o poseen enfermedades del sistema nervioso y muscular, gracias a la compañía y los ejercicios que se realizan con diversos animales entrenados.

Este ámbito considera que las personas tienen derecho al bienestar emocional y físico, por estos motivos se implementó un espacio, que genera un cambio positivo en las personas.

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

Se presenta una tabla de los factores esenciales que actúan sobre el emprendimiento. Para la obtención de resultados eficientes del mismo.

**Tabla 1:***Factores que intervienen en la idea de negocio en la parroquia de Lita.*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE		
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
<b>Carrera de Turismo</b>		
Datos del docente		
NOMBRE	Msc. Fabio Cruz	
SEMESTRE	Séptimo	
ASIGNATURA	Proyectos Turísticos	
FECHA/ENTREGA	12/12/2020	
NOMBRE/INTEGRANTES	Jazmin Arias – Katherine Rosero	
TEMA/EMPENDIMIENTO	“LODGE CON ZOOTHERAPIA COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA DE LITA, IMBABURA, ECUADOR”	
MATRIZ FACTORES QUE INTERVIEN EN LA IDEA DE NEGOCIO		
SITUACIÓN MACROAMBIENTE	Político – Legal	Art. 24 sección 4 Constitución de la Republica Art.14 literal c, Reglamento de alimentación y bebidas. Art.12, literal c, Reglamento de alojamiento turístico. Art.5 capítulo 2 literal a-b-f, Ley de Turismo
	Socio cultural	El proyecto se basa específicamente en la puesta en marcha de cabañas que brinden hospedaje cómodo y placentero, acompañado de servicios de piscina, servicio de alimentación, además fomenta

		una nueva modalidad de turismo combinada con zooterapia la cual favorece en medida al visitante y su estancia.
	Económico	La economía desempeña un rol importante en el desarrollo, debido a la situación por la que atraviesa actualmente el país se ha decidido realizar este emprendimiento creando así la oportunidad de generar ingresos, y a su vez dinamizando la economía.
	Tecnológico	La tecnología es un pilar fundamental del desarrollo cultural, social, económico y en general de la vida en la sociedad moderna. La rápida expansión de nuevas tecnologías de la información, es una herramienta esencial para dar a conocer los proyectos y obtengan el acceso a las diferentes instalaciones por el medio virtual.
	Medio Ambiente	Lita cuenta con una riqueza natural la cual se ha decidido aprovechar y crear una conexión con la misma y con los animales brindando así terapias a las personas.
SITUACIÓN COMPETITIVA	Infraestructura	Lita no cuenta con infraestructuras similares a la que se va a realizar, existen atractivos turísticos y pequeños emprendimientos, de otra índole.
	Inversiones de la industria	En la parroquia de Lita no existe un emprendimiento que ofrezca los servicios de zooterapia, por este motivo las inversiones que se realizaran son altas.

---

Número / Competidores

Lita posee atractivos turísticos los cuales complementan al proyecto.

---

A handwritten signature in blue ink that reads "Johana Arias M." The signature is enclosed within a large, hand-drawn oval.

Firma estudiante

A highly stylized and illegible handwritten signature in blue ink, possibly reading "Kelly Rojas". The signature is enclosed within a large, hand-drawn oval.

Firma estudiante

---

Nota: La tabla describe los factores que intervienen en el emprendimiento.

## **1.5 Riesgos y oportunidades de la idea de negocio**

### **1.5.1 Fortalezas**

- Instalaciones cómodas y sofisticadas.
- Transporte público y fácil acceso.
- Aprovechamiento de alimentos de la zona.
- Personal capacitado para atender a turistas nacionales y extranjeros.
- Equipamiento tecnológico y red Wifi de alta velocidad en todo el establecimiento.
- Atractivos turísticos cercanos a la zona
- Terreno propio.

### **1.5.2 Oportunidades**

- Accesibilidad al establecimiento.
- Constante movimiento de turistas extranjeros y nacionales.
- Atractivos Naturales que posee la parroquia
- Movimiento comercial por productos de la zona
- Señalética del establecimiento
- Riqueza natural de la zona.

### **1.5.3 Debilidades**

- Poca experiencia en el sector hotelero
- No se cuenta con una cartera de clientes y proveedores definida

- Escasa efectividad en los medios de publicidad
- Falta de actividades conjuntas con Asociaciones
- Inversión alta de la infraestructura

#### **1.5.4 Amenazas**

- Constantes cambios tecnológicos
- Cambios en las políticas laborales o de funcionamiento a nivel gubernamental.
  - Aumento de la competencia
  - Inestabilidad de la situación política y social en el país
  - Dificultad para adquirir un crédito.
  - Falta de apoyo económico

### **1.6 Fundamentos teóricos**

#### **1.6.1 Lodge**

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría. Ubicado en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje y mantiene la armonización con el ambiente. Sirve de enclave para realizar excursiones organizadas, tales como observación de flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros. Presta el servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones (TURISMO, 2016).

### **1.6.2 Alojamiento Turístico**

La OMT (2014) considera como alojamiento a aquella actividad ejercida por los establecimientos que presten servicios de hospedaje al público a cambio de un pago de forma profesional, este puede ser de modo temporal o permanente y puede incluir otros servicios complementarios (Anchundia & Solórzano, 2017).

Son empresas de alojamiento turístico aquellas 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 (ARAGÓN, 2003).

De acuerdo a los autores el alojamiento es un establecimiento que brinda el servicio de hospedaje a las personas a cambio de una remuneración económica establecida dependiendo la categoría.

### **1.6.3 Restaurante**

Un restaurante es un “establecimiento donde se preparan y venden alimentos y bebidas para ser consumidas ahí mismo, en el que se cobra por el servicio prestado” (Morfín Herrera, 2006).

Proviene de “restaurant”, que significa “restaurativo, refiriéndose a los alimentos que se servían hace dos siglos en Francia (GABANDÉ, 2014).

Según los autores se puede deducir que el restaurante cuenta con el servicio de alimentación personalizada y una cálida atención por parte de los ayudantes de cocina hacia los comensales.

#### **1.6.4 Zooterapia**

Diagnóstico o tratamiento de condiciones médicas que utilizan animales. Es un amplio término que incluye a casi cualquier tipo de tratamiento que utilice el efecto de un producto animal, o animal, en un ser humano (Sena, 2016).

La terapia asistida con animales es una intervención directa y con objetivos prediseñados, donde participa un animal que reúne criterios específicos, como parte indispensable para el tratamiento. Ha sido ideada para propiciar beneficios físicos, sociales, emocionales y cognitivos en una gran variedad de entornos, de manera individual o en grupo, valiéndose para ello de diferentes animales. Todo el proceso ha de haber sido previamente diseñado y posteriormente evaluado (Oropesa, García, Puente, & Matute, 2019).

En concordancia con los autores la zooterapia se define como la terapia asistida por animales, donde las personas realizan una conexión estimulante con los mismos, que brinda grandes beneficios, contribuyendo a su salud.

#### **1.6.5 Equinoterapia**

Tipo de tratamiento que gira alrededor del caballo. Se utiliza como soporte terapéutico en enfermedades físicas y psíquicas. Su finalidad consiste en mejorar

la calidad de vida de aquellas personas que padecen una discapacidad (Europea, 2019).

La equinoterapia activa consiste en la realización de ejercicios neuromusculares que van encaminados a estimular el tono muscular, la coordinación, el control postural y el equilibrio (López, Moreno, & Rodríguez, 2015).

Según los autores se deduce que la equinoterapia consiste en realizar pequeñas estimulaciones a través del movimiento que produce el caballo generando un impacto positivo en el sistema muscular.

#### **1.6.6 Ictioterapia**

Sumergir los pies en un pequeño tanque de agua, donde unos peces llamados “Garra Rufa” limpian y exfolian las células muertas de la piel de los pies (Mondelo, 2020).

La palabra ictioterapia es derivada del griego ikhtys, que significa pez, esto es tratamiento con peces. Se conoce que originalmente los habitantes de Turquía, Siria, Irak e Irán, enfermas de psoriasis y otras enfermedades dermoproliferativas descubrieron los efectos positivos del tratamiento, puesto que al sumergirse en las aguas termales se adherían a su cuerpo los peces 63 conocidos con el nombre de Garra Rufa, y notaron mejoría y regeneración de su piel en las erupciones, costras y manchas (Zamora & Valarezo, 2013).

Los peces llamados “Garra Rufa” contribuyen a la regeneración de las células, los autores afirman que estos ayudan a un tratamiento positivo como resultado de las enfermedades de la piel.

### **1.6.7 Cuniterapia**

Ana Díaz Maqueda señala que la cuniterapia es un tipo de terapia asistida con animales (TAA) donde la especie protagonista es el conejo (Maqueda, 2020).

Es una de las más tradicionales, ya que este animal es muy dócil y fácil de manejar; además se complementa muy bien con el paciente. Es muy beneficioso para los casos de personas que han sufrido accidentes con consecuencias, como parálisis, deformaciones o amputaciones, y en pacientes con síndrome de Down, autismo, parálisis cerebral, entre otros (FERNÁNDEZ, 2020).

El conejo es un animal cálido social, dócil y fácil de manipular por las personas, los autores afirman que al mantener contacto con estos animales se crea un vínculo afectivo, creando beneficios para eliminar la hormona del estrés.

### **1.6.8 Canoterapia**

Técnica que se emplea para rehabilitar a personas con discapacidades físicas, mentales y con problemas emocionales. Esta terapia se realiza con la ayuda de perros adiestrados que estimulan la participación de los pacientes en diferentes actividades sensoriales y perceptivas (Gordón, 2020).

Es una intervención terapéutica que se utiliza un animal como herramienta, que cumple con características específicas; siendo está dirigida por un profesional el cual está capacitado y sabe qué objetivos debe perseguir en su tratamiento. Su objetivo principal será mejorar su funcionamiento físico, social, emocional en los pacientes (Cordones, 2014).

Considerando que los perros son el mejor amigo del hombre sirven de compañía, desde su corta edad crean lazos con sus dueños contribuyendo a su estado emocional, físico y social.

### **1.7 Fundamentación legal**

El emprendimiento se acopla a distintas leyes para mantener la seguridad de que funcione correctamente en los ámbitos que se ofrece. A continuación, se observa una matriz, con la fundamentación legal del emprendimiento.

**Tabla 2:**  
*Reglamentación sustentada en el emprendimiento.*

NORMA	ARTÍCULO	DESCRIPCIÓN	ARGUMENTO
CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA	Art. 24 sección 4	Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.	Este artículo aborda mucho en el proyecto, se cuenta con servicios de esparcimiento y recreación para que los visitantes puedan hacer uso de los mismos.
REGLAMENTO DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS.	Art.14 literal c	De su clasificación. - Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán en: c) Restaurante: Establecimiento donde se elaboran y/o expenden alimentos preparados. En estos establecimientos se puede comercializar bebidas alcohólicas y no alcohólicas.	El proyecto cuenta con servicio de alimentación lo cual, se ha enfocado en este artículo para poder brindar un servicio apegado a la ley.
REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	Art.12, literal c3	Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura. - Los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican en: c.3. Lodge. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría. Ubicado en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje y mantiene	Este artículo estipula la nomenclatura específica en el cual el proyecto está basado, brinda así un servicio a cambio de una remuneración económica.

---

la armonización con el ambiente. Sirve de enclave para realizar excursiones organizadas, tales como observación de flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros. Presta el servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

---

LEY DE TURISMO	Art.5 capítulo 2 literal a-b-f	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: <ul style="list-style-type: none"><li>a. Alojamiento;</li><li>b. Servicio de alimentos y bebidas;</li><li>f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.</li></ul>	El emprendimiento se acopla a la reglamentación descrita en la ley de turismo ya que son los servicios que se oferta.
----------------	-----------------------------------	--	---

---

**Nota:** La tabla muestra las leyes que apoyan el funcionamiento legal del emprendimiento.

## **CAPITULO II**

### **2. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **2.1 Diseño de la Investigación de mercado**

##### **2.1.1 Tipo de Investigación**

Dada la naturaleza de la investigación, su enfoque se caracterizó por ser de tipo cuantitativo, apoyado en la investigación descriptiva.

##### **2.1.1.1 Enfoque cuantitativo**

Es la recopilación objetiva de datos que se centran principalmente en números y valores. Los resultados de la observación cuantitativa se obtienen utilizando métodos de análisis estadísticos y numéricos como la edad, la forma, el peso, el volumen, la escala, etc. (Alban, Arguello, & Molina, 2020).

El enfoque mencionado es de gran ayuda para la recolección de datos, la encuesta aplicada a las personas brinda una visión para medir e identificar los datos obtenidos de la misma, logrando así una orientación para satisfacer las necesidades de la cartera de clientes.

##### **2.1.1.2 Investigación Descriptiva**

Tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utiliza criterios sistemáticos que permiten

establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes (Martínez, 2018).

Esta investigación define las características del segmento demográfico aplicadas en la encuesta, a su vez analiza los datos recolectados detallados minuciosamente.

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

### **2.1.2.1 Población y muestra**

#### *Población*

Se trabajó con un universo de 105.209, población económicamente activa de Ibarra que cuentan con un empleo, según datos proporcionados del “Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial” del cantón.

#### *Muestra*

El cálculo de la muestra se realizó sobre la base de la siguiente fórmula

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{Ne^2 + Z^2 * p * q}$$

E= 5%

Z=1.96(Nivel de confianza 95%)

N= 105.209

p=50%

q=50%

n= 383

### **2.1.3 Instrumentos para recolección de datos**

Según García (2003) la encuesta es una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características.

La aplicación de las encuestas es una herramienta fundamental en el emprendimiento, con la ayuda de las mismas se conoce la opinión de los visitantes determinando así también las necesidades y caracterizas que prefieren al momento de usar las instalaciones, cumpliendo sus expectativas con un servicio de calidad.

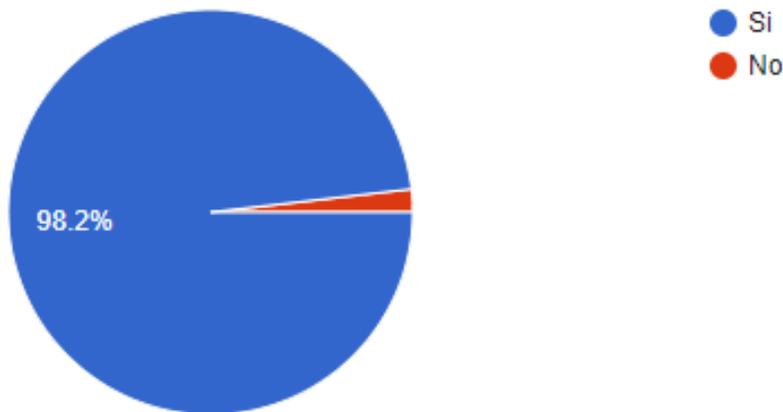
### **2.1.4 Resultados y discusión**

La elaboración de la encuesta ha permitido recolectar datos específicos, que son de suma importancia para conocer la opinión de la población de Ibarra que cuentan con un empleo y cumplir los objetivos del presente proyecto. A continuación, se analiza detalladamente las preguntas más importantes para la elaboración del emprendimiento.

## Análisis de resultados

### Figura 1:

*Pregunta N° 9. ¿Le gustaría conocer un lodge que contenga la interacción con animales de granja o corral para fomentar el servicio turístico? Si su respuesta es afirmativa continúe, caso contrario finalice la encuesta.*



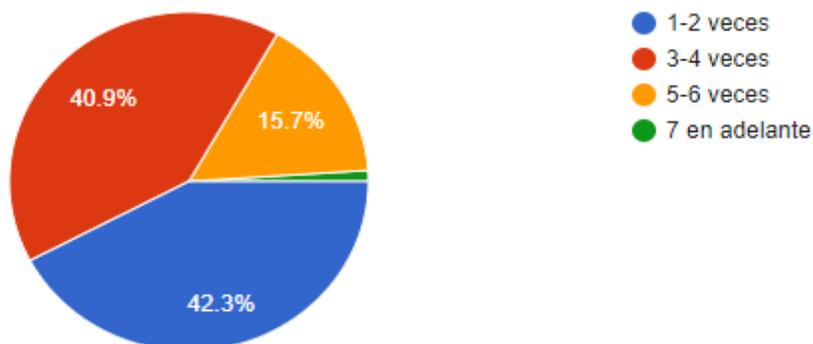
*Fuente: Tomando de google forms.*

**Nota:** En la presente gráfica se visualiza el nivel de satisfacción que tienen los turistas al interactuar con animales de granja y la simpatía que sienten hacia ellos.

**Análisis:** La mayoría de los encuestados prefiere la relación con los animales de granja y naturaleza, ya que a su vez estos brindan grandes beneficios y generan paz, un porcentaje significativo de la población prescinde de este servicio por motivos de salud u otro tipo de gustos.

**Figura 2:**

*Pregunta N° 10. ¿Con qué frecuencia en el año realiza viajes a un lodge?*



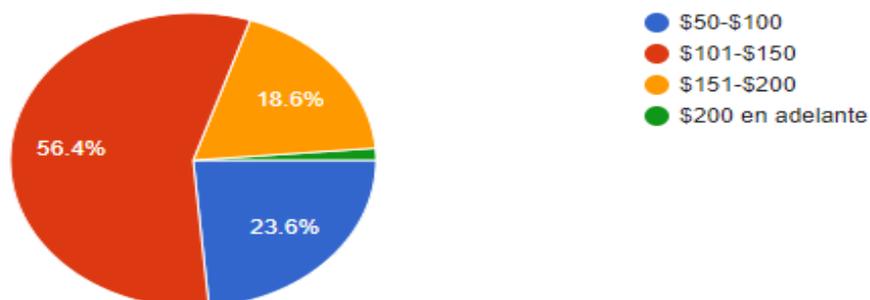
**Fuente:** Tomando de google forms

**Nota:** En la presente gráfica se visualiza la frecuencia con la que visitan los turistas a un lodge.

**Análisis:** Los resultados demuestran que la mayoría de la población encuestada viaja de 1 a 2 veces por año en sus vacaciones seguido de entre 3 a 4 veces a un lodge para tomarse un descanso.

**Figura 3:**

*Pregunta N° 11. ¿Cuál es el gasto promedio?*



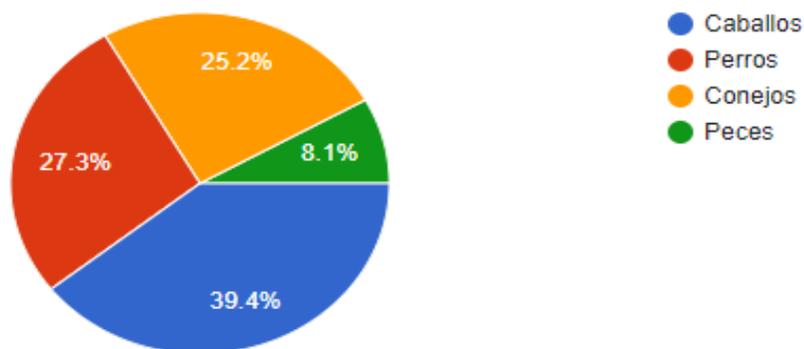
**Fuente:** Tomando de google forms

**Nota:** En la presente gráfica se visualiza el gasto promedio de los turistas.

**Análisis:** Los turistas que viajan al lodge y hacen uso de sus instalaciones suelen tener gastos de aproximadamente \$101 a \$150, estos lugares ofrecen varias comodidades además de estar rodeados de naturaleza, construidos en madera y materiales amigables con el ambiente.

**Figura 4:**

*Pregunta N° 13. ¿Qué tipo de animal prefiere para realizar la zooterapia?*



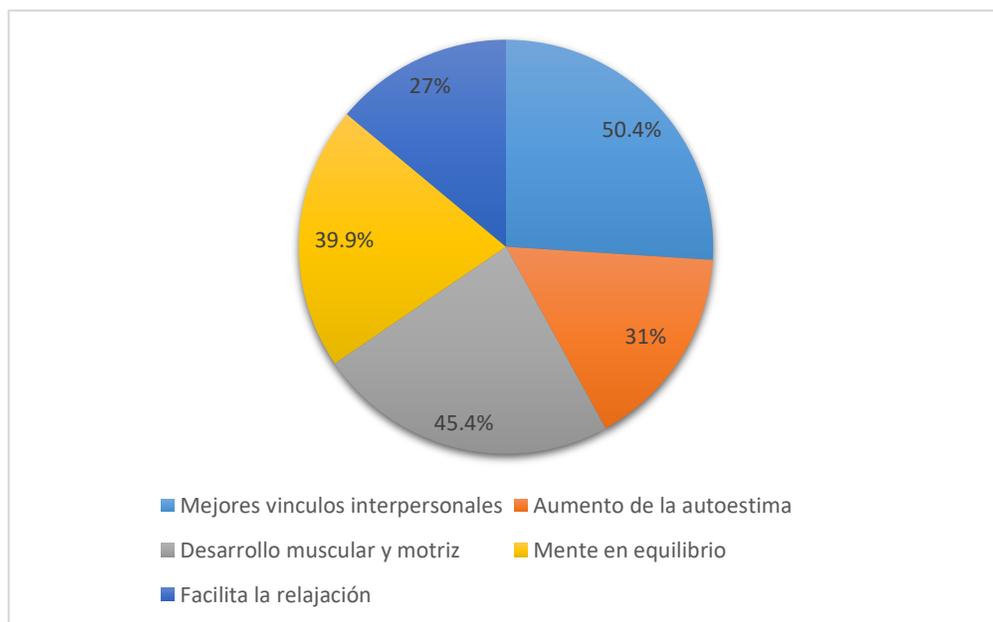
**Fuente:** Tomando de google forms

**Nota:** En la presente gráfica se visualiza el tipo de preferencia de animales para realizar la terapia.

**Análisis:** gracias a la aplicación formas se determina un porcentaje más detallado, el cual nos presenta y hace énfasis en la preferencia por los caballos, seguido de los perros que son considerado el mejor amigo del hombre por su caliza y energía que transmiten al ser humano.

**Figura 5:**

*Pregunta N° 15. Con la zooterapia obtenemos varios beneficios. ¿Cuáles de estos serían de gran ayuda para usted? Marque 2 opciones.*



**Fuente:** Tomando de google forms

**Nota:** En la presente gráfica se visualiza los beneficios que obtenemos gracias a la zooterapia.

**Análisis:** Incrementar la posibilidad de brindar beneficios a la sociedad a través de la zooterapia utilizando los animales de granja es el objetivo del emprendimiento por ende es una parte fundamental realizar esta terapia, en una escala de mayor a menor, existe la preferencia de las personas hacia mejorar vínculos interpersonales y el desarrollo muscular y motriz.

**Figura 6:**

Pregunta N° 16. De existir un lodge con zooterapia en Lita. ¿Desearía usted hospedarse en él?



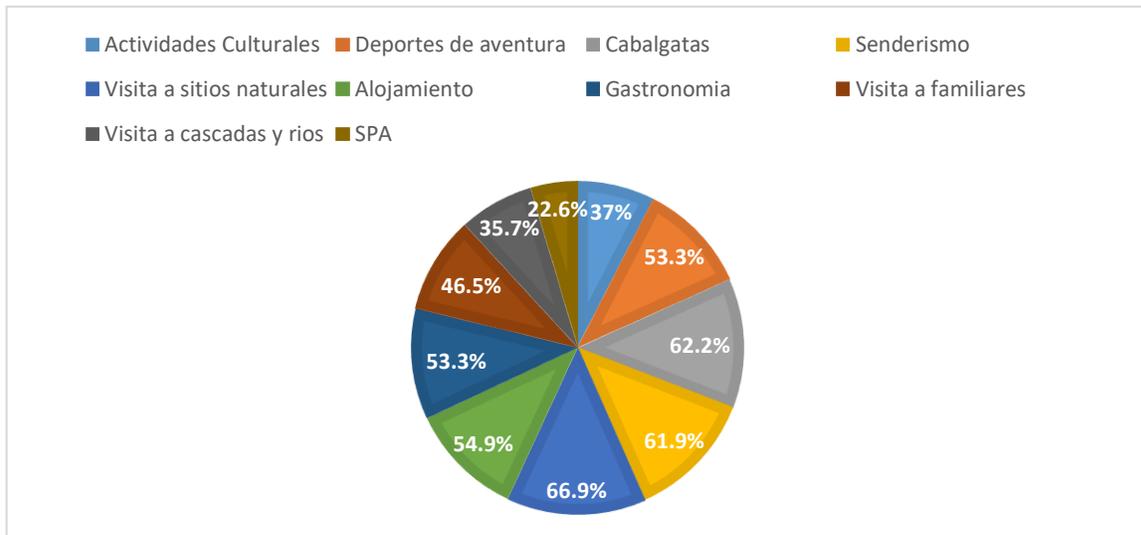
**Fuente:** Tomando de google forms

**Nota:** En la presente gráfica se visualiza la aprobación del lodge en la parroquia de Lita.

**Análisis:** La mayoría de personas encuestadas dio una acogida favorable para la elaboración del lodge en la parroquia de Lita.

**Figura 7:**

Pregunta N° 18. ¿Qué servicios son los de su preferencia? Escoja 5 opciones.



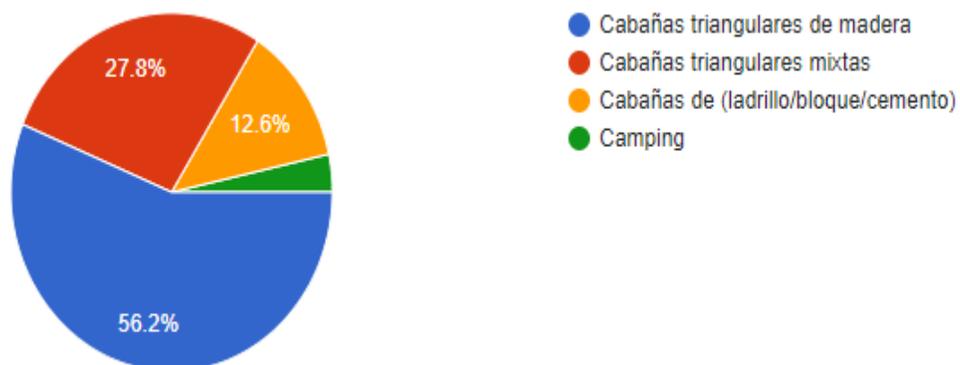
**Fuente:** Tomando de google forms

**Nota:** El grafico presenta los servicios de preferencia de los turistas

**Análisis:** El porcentaje más alto de servicios que prefieren los turistas es la visita a sitios naturales, seguido de las cabalgatas debido a que aparecen como una solución efectiva para relajar al visitante.

**Figura 8:**

Pregunta N° 18. ¿Para el servicio de alojamiento que preferiría?



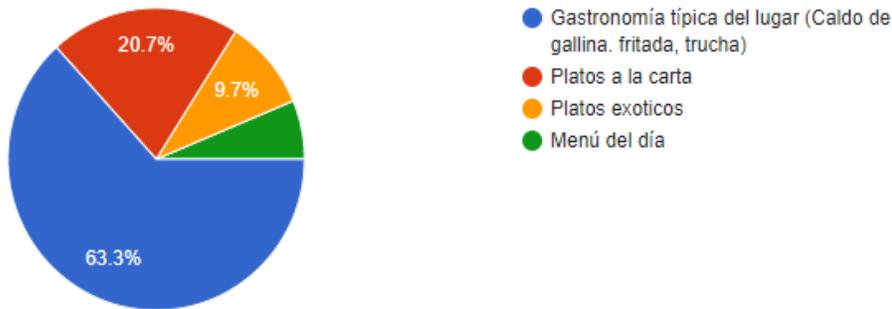
**Fuente:** Tomando de google forms

**Nota:** En la presente gráfica se visualiza el material de alojamiento a preferir por el turista.

**Análisis:** El grafico presenta la preferencia de los turistas que recae en las cabañas triangulares de madera por la infraestructura y decoración tan llamativa que demuestran, desde sus balcones presentan una vista fabulosa hacia el paisaje que tiene la parroquia y sus bellas montañas.

**Figura 9:**

*Pregunta N° 19. ¿Qué tipo de alimentación le gustaría que se ofrezca?*



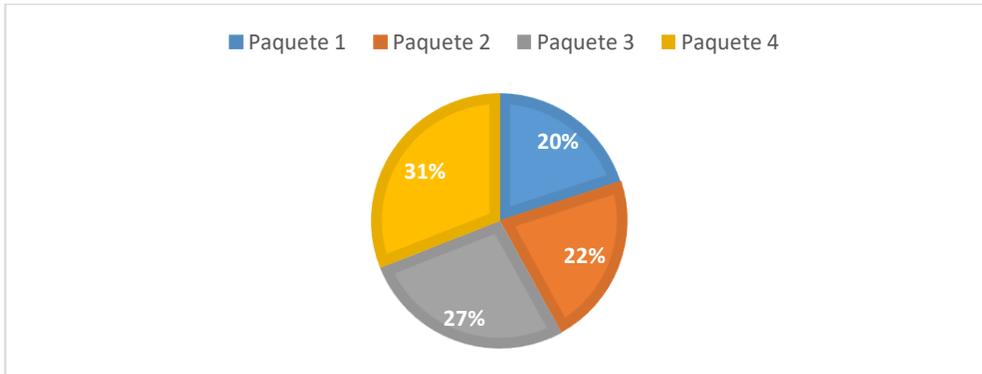
**Fuente:** Tomando de google forms

**Nota:** En la presente gráfica se visualiza el tipo de alimentación que se ofrecerá en el lodge.

**Análisis:** La Revista Dilemas Contemporáneos menciona que la gastronomía es un recurso que forma parte de la historia cultural de pueblos y comunidades, por lo tanto, Lita ofrece una variedad de platos típicos aportando así al turismo de la localidad, en sus diferentes degustaciones existe la preferencia de la gente hacia la gastronomía típica de lugar como son caldo de gallina, fritada y trucha que son platos autóctonos de la zona.

### Figura 10:

Pregunta N° 20. ¿Cuál de las siguientes opciones escogería? - Escoja solo un paquete.



**Fuente:** Tomando de google forms

**Nota:** En la presente gráfica se visualiza las opciones de los paquetes que ofrece el establecimiento.

**Análisis:** El grafico presenta la preferencia de los turistas que recae en el paquete 4 el cual incluye todas las actividades que ofrece el establecimiento.

## 2.2 Segmentación de Mercados

Según **Philip Kotler y Gary Armstrong** un **segmento de mercado** se define como "un grupo de consumidores que responden de forma similar a un conjunto determinado de esfuerzos de marketing" (Kotler & Armstrong, 2003).

La matriz se enfoca en concretar el mercado meta al cual se a dirigir el emprendimiento.

**Tabla 3:***Datos reflejados de la segmentación de mercados de la parroquia de Lita.*


---

**Producto turístico: Lodge con zooterapia como alternativa de desarrollo turístico en la parroquia de Lita, Imbabura – Ecuador.**

---

**Segmentación Geográfica**

Variable		Número	Porcentaje
<b>País:</b>	Ecuador	17096789	100%
<b>Región:</b>	Sierra	7504942	43,9%
<b>Provincia:</b>	Imbabura	398244	5,3%
<b>Ciudad:</b>	Ibarra	221.149	45,5%
	PEA con empleo	105.209	47%
<b>Parroquia:</b>	Lita	3945	2.17%

1er Resultado: 221.149 personas del cantón Ibarra y 105.209 es la población económicamente activa que cuentan con un empleo.

---

**Segmentación Demográfica**

Variable		Número	Porcentaje
<b>Género:</b>	Masculino	197	51.4%
	Femenino	179	46.7%
<b>Edad:</b>	36-64	257	67.1%
<b>Estado civil:</b>	Casados	212	55.4%
<b>Nivel Educativo:</b>	Tercer nivel	190	49.6%
<b>Ocupación:</b>	Trabajador	167	43.6%
	Independiente		
<b>Ingresos:</b>	401-900	184	48%

---

---

2do Resultado: 197 hombres, 179 mujeres, viven en el cantón Ibarra, de 36 a 64 años de edad que son casados, que cursan el tercer nivel/ superior, son trabajadores independientes y ganan un sueldo mayor a 401 y 900 dólares.

---

### **Segmentación Conductual**

<b>Variable</b>		<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Preferencia de turismo</b>	Naturaleza	215	56.1%

---

Mercado meta: 197 hombres, 179 mujeres, viven en el cantón Ibarra, tienen entre 36 y 64 años de edad que son casados, que cursan el tercer nivel/ superior, son trabajadores independientes y ganan un sueldo mayor a 401 y 900 dólares, pertenecen a un nivel socioeconómico medio-alto y tienen preferencia por el turismo de naturaleza.

---

Nota: La tabla muestra la segmentación con las variables para llegar al mercado meta.

## **2.3 Análisis de la oferta**

### **2.3.1 Atractivos Turísticos**

Todos aquellos bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las actividades de la demanda, y plantea que, un recurso turístico constituye la existencia de un conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse mediante un proceso de transformación que hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda (OMT, 2014).

En relación a la OMT el atractivo turístico es un lugar de interés, el cual es visitado por personas para realizar varias actividades ya sea por motivo cultural o natural,

involucra el desplazamiento para realizar actividades físicas o intelectuales y en su lugar permite apreciar la belleza del entorno.

**Tabla 4:**

*Atractivos turísticos aledaños de la parroquia de Lita*

<b>Nombre</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>
Siete Cascadas	Atractivo Natural	Balneario	Cascada
Balneario San José	Atractivo Natural	Balneario	Río
Río Lita	Atractivo Natural	Ríos	Río
Parque Bambú	Atractivo Natural	Bosque	Montano Bajo
Fincas Agro turísticas	Atractivo Natural	Finca	Infraestructura Recreativa
Río Mira y Guallupe	Atractivo Natural	Ríos	Río
Cerro Tolondro	Atractivo Natural	Montaña	Cerro
Cerro Golondrinas	Atractivo Natural	Montaña	Cerro
Rutas del Corazón	Atractivo Natural	Montaña	Alta Montaña
Centro Ecológico Habitat Forest	Atractivo Natural	Arquitectura	Infraestructura Recreativa

Fuente: Elaborada por las autoras.

**Análisis:** La matriz está enfocada en la oferta de los atractivos turísticos de la parroquia de Lita, los cuales ayudan a complementar parte de los servicios que brinda el emprendimiento.

### 2.3.2 Alojamiento

El servicio de alojamiento turístico es la oferta de hospedaje a cambio de un beneficio económico en habitaciones debidamente equipadas, dotadas al menos de una cama, ofrecida como el principal servicio a turistas, viajeros y huéspedes (Anchundia & Solórzano, 2017).

Se entiende por alojamiento a la pernoctación de personas en un establecimiento determinado de un lugar, donde se satisface las necesidades del cliente a cambio de una remuneración económica.

**Tabla 5:**

*Alojamiento en las zonas aledañas de la parroquia de Lita.*

<b>Nombre</b>	<b>Tipo</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Cant Habitación</b>	<b>Cant Turistas anuales</b>
Tienda del descanso	Finca	Comunidad Corazón de San Jerónimo	3	750
Hostería Lita	Hostería	Lita-Rubén Ferigra S/N	6	720
Hostería los Robles	Hostería	Cachaco Lita	3	500
Hostería San Gerónimo	Hostería	San Gerónimo/Vía San Lorenzo	8	789
Hostal Elizabeth El Turista	Hostería	Estación de gasolina,	5	400

		Panamericana entrada principal a Lita		
Guanábana Republic	Complejo Turístico	Vía San Lorenzo	20	6000

Fuente: Elaborada por las autoras.

Los emprendimientos que se asemejan al proyecto son: Complejo Turístico Guanaba Republic y Hostería Lita por ello se tomó como competencia, debido a los servicios que ofrecen y similitud en el ámbito de alojamiento.

### **2.3.3 Restauración**

Según Ana Jackelin Roteta (2020) en el libro los costos en la mesa buffet menciona que, desde la década de los años 70, se viene utilizando en España el término Restauración para hacer referencia a lo relacionado al tema de alimentos, bebidas y establecimientos que brindan estos servicios.

En concordancia con el autor se sabe que el termino restauración en el ámbito gastronómico hace referencia al servicio que se presta en los restaurantes donde se ofrecen alimentos y bebidas.

**Tabla 6:**

*Establecimiento de restauración de la parroquia de Lita.*

<b>Nombre</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Capacidad/Plazas</b>
El Turista	Lita	10
La choza del Maito	Lita	9
Choza del Ceviche	Lita	9
Paradero Puertas del Mar	Lita	8
Guanábana Republic	Lita	35
Paradero la Curva	Lita	10
Bombodromo Palenque	Salinas	190

Fuente: Elaborada por las autoras.

El emprendimiento cuenta con el servicio de restauración, por ello la competencia a considerar son pequeños emprendimientos dedicados a la elaboración de alimentos y bebidas.

#### **2.4 Proyección de la Competencia**

La proyección de la competencia para la realización del proyecto, se basa en la cantidad de turistas que utilizan el servicio de alojamiento en los establecimientos más cercanos.

**Tabla 7:**

*Cantidad promedio de turistas en la parroquia de Lita (2019).*

Nombre del Establecimiento/ Competencia	Cant de turistas a la semana	Cant de turistas al mes	Cant de turistas al año
Hostería Lita	15	60	720
Complejo Turístico Guanaba Republic	125	500	6000
<i>Total :</i>			<i>6720</i>

Fuente: Elaborada por las autoras.

En la indagación realizada minuciosamente a los alrededores se observa que 6720 es el promedio anual de turistas, debido a esto se comprueba como una competencia directa al proyecto.

El país y el mundo está atravesando por una situación difícil, debido a la pandemia COVID-19 que se desarrolló en marzo del 2020 hasta la actualidad, por esta situación el presente proyecto se está elaborando con una tasa de crecimiento del 11 % establecido en el año 2018.

Respecto a los datos obtenidos el único porcentaje de crecimiento que habido y se ha reflejado es desde el año 2018, no se considera el año 2019-2020, porque no se han establecido los datos correspondientes del año 2019 y durante el año 2020 en lugar de existir un crecimiento en el turismo habido un decrecimiento. Este proyecto se pondrá en marcha a partir que la actividad turística empiece a tomar fuerza, luego de superar la época de pandemia.

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

**C<sub>n</sub>**= Oferta Futura

**C<sub>o</sub>**= Oferta Actual (6720)

**i**= Tasa de crecimiento (11%)

**n**= Año proyectado

### 2.4.1 Proyección de la oferta

**Tabla 8:**

*Proyección de la oferta reflejada a 10 años.*

<b>AÑOS</b>	<b>OFERTA</b> <b><math>C_n = 6720(1 + 0.11)^1</math></b>
0	6720
1	7459
2	8279
3	9190
4	10201
5	11323
6	12569
7	13951
8	15486
9	17190
10	19080

Fuente: Elaborada por las autoras.

Según los datos recolectados en la tabla se pronostica que dentro de 10 años la proyección de la oferta se aproxima a los 19080 visitantes que harán uso del alojamiento y los servicios brindados por el emprendimiento.

## 2.5 Análisis de la Demanda

### 2.5.1 Demanda potencial

**Tabla 9:**

*Demanda potencial del mercado objetivo del cantón Ibarra.*

Población mercado objetivo del cantón Ibarra	<b>105 209</b>
% de propósito de la obtención del servicio	99%
<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>104 156</b>

Fuente: Elaborada por las autoras.

La tabla demuestra la demanda potencial para el emprendimiento, el resultado fue de 104 156 los cuales ocuparan el establecimiento ofertado.

**Tabla 10:**

*Demanda potencial para el emprendimiento.*

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia de visita</b>	<b>Demanda</b>	<b>Demanda anual promedio</b>	<b>Precio promedio</b>	<b>Precio total</b>
Un día (incluye piscinas, zooterapia y desayuno)	20%	20 831	41 662	\$35	\$ 1458170
Dos días una noche (incluido tres comidas, uso de piscinas, zooterapia)	22%	22 914	45 828	\$95	\$ 4353 660
Tres días (incluido tres comidas, uso de SPA,	27%	28 122	56 244	\$200	\$ 11248 800

piscinas, zooterapia)					
Cuatro días (Todo incluido)	31%	32 288	64 576	\$299	\$ 19308224
	Turistas	104 156	208 310	Demanda anual monetaria	\$ 36 368 854

Fuente: Elaborada por las autoras.

## 2.6 Proyección de la Demanda

Debido a la gran inversión que implica realizar el emprendimiento se tiene en cuenta una proyección hacia los próximos 10 años, para ello se aplicará la siguiente fórmula:

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

Donde:

**C<sub>n</sub>** = Incremento compuesto

**C<sub>o</sub>** = Número de clientes iniciales (104 156)

**i** = Índice de crecimiento turístico (11%)

**n** = Años a proyectar

**Tabla 11:**

*Proyección de la demanda del emprendimiento en la parroquia de Lita.*

AÑOS	OFERTA
	$C_n = 104\ 156 (1 + 0.11)^1$
0	104156
1	115613
2	128330

3	142446
4	158116
5	175508
6	194814
7	216244
8	240031
9	266434
10	295742

Fuente: Elaborada por las autoras

La tabla muestra la proyección de la demanda obtenida mediante la fórmula donde se calcula la proyección dentro de 10 años. Esta planificación se provee que alcanzara en el 2031 una capacidad de 295 742 visitantes que harán uso de las instalaciones previstas del emprendimiento.

## 2.7 Demanda Insatisfecha

Proyección de la demanda insatisfecha.

Mediante la siguiente formula se calcula la demanda insatisfecha:

Donde:

$$Demanda\ Insatisfecha = Demanda\ Potencial - Competencia$$

### Tabla 12:

*Proyección de la demanda insatisfecha de la parroquia de Lita.*

<b>Año</b>	<b>Demanda potencial</b>	<b>Competencia</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
Año0	104156	6720	97436

Año1	115613	7459	108154
Año 2	128330	8279	120051
Año 3	142446	9190	133256
Año 4	158116	10201	147915
Año 5	175508	11323	164185
Año 6	194814	12569	182245
Año 7	216244	13951	202293
Año 8	240031	15486	224545
Año 9	266434	17190	249244
Año 10	295742	19080	276662

Fuente: Elaborada por las autoras.

Según datos obtenidos de la demanda insatisfecha para el año 2031 aproximadamente los turistas son 276662, utilizando estos datos se realiza la demanda objetiva.

## CAPITULO III

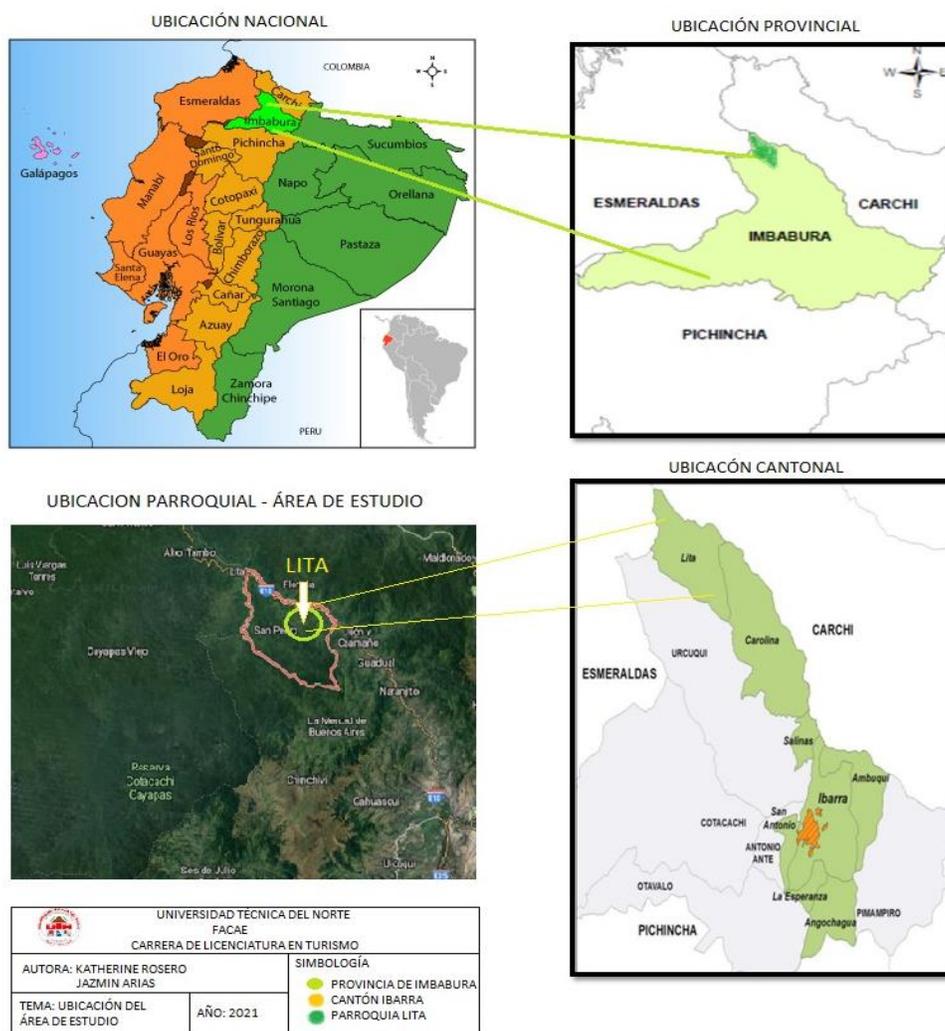
### 3. ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.1 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

##### 3.1.1 Macro localización

**Figura 11:**

*Macro localización y Micro localización de lita*



**Fuente:** Tomada de Google Earth

Ecuador está ubicado en la costa oeste de Sudamérica, considerado uno de los países más privilegiados en cuanto a biodiversidad, debido a su posición en el centro de la tierra, gracias a esto el país posee una diversidad tanto de climas, paisajes y fauna endémica.

El país además de su biodiversidad se complementa con una riqueza cultural muy variada, ya que dentro de cada una de las provincias que lo conforman existen pueblos y nacionalidad que identifican a las mismas y esto genera mayor riqueza cultural gracias a sus conocimientos ancestrales y creencias.

El turismo en el Ecuador representa una oportunidad de generación de ingresos además del desarrollo para ciudades, pueblos y comunidades cercanas a los atractivos turísticos con el flujo de turistas tanto nacionales y extranjeros, los cuales representan una parte importante en la economía del país.

Por dichos motivos la implementación del emprendimiento, estará ubicado en Ecuador, en la región sierra, específicamente en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, parroquia Lita, comunidad San Pedro.

La implementación del emprendimiento favorecerá a la dinamización económica de la provincia, generando ingresos tanto para pobladores del sector donde se desarrollará y para los habitantes de sectores aledaños al mismo.

En cuanto a vialidad el país posee vías de primer orden las cuales unen tanto regiones como provincias en todo el país e Imbabura no es la excepción, ya que cuenta con infraestructura vial de primera con carreteras asfaltadas y calles adoquinadas generando en los visitantes una buena imagen, además de promocionar de mejor manera a la provincia, esto genera en el emprendimiento un punto a favor para el desarrollo del mismo.

Los servicios básicos tanto en el país como en la provincia de igual manera son óptimos para la generación de emprendimientos, esto favorece al turismo por motivos de salubridad dando mayor comodidad y seguridad al turista al momento de visitar un atractivo dentro del país.

La puesta en marcha de un emprendimiento genera beneficios económicos colectivos para todos los pobladores del sector donde se ponga en marcha, de igual manera para ciudades y pueblos aledaños, siendo un dinamizador económico para la población.

### **3.1.2 Micro localización**

Para los amantes de la naturaleza, lita es el paraíso escondido que muchos quieren encontrar, rodeado de ríos, cascadas, majestuosos paisajes, grandes senderos y por supuesto los emprendimientos que ofrece el lugar sumado a la amabilidad y calidez de sus habitantes esa geografía es ideal para los turistas que gustan del contacto con la naturaleza.

Dichos emprendimientos no representan gran competencia para el establecimiento ya que posee una gran diferenciación con los servicios de zooterapia, SPA, sala de juegos y el diseño único del alojamiento y su restaurante, en su lugar ayuda a la economía de la parroquia atrayendo turistas que visiten también sus emprendimientos.

Otro punto satisfactorio es el clima cálido y refrescante que permite a sus visitantes relajarse y admirar el paisaje de esta manera son atraídos turistas locales, nacionales y extranjeros quienes serán consumidores del producto, las vías de acceso al lugar son de primer orden ya que se encuentra junto a la carretera vía

San Lorenzo. Por estas razones el lugar más adecuado para colocar el proyecto es la parroquia de Lita, comunidad San Pedro.

### **3.2 Identificación y descripción de los procesos**

#### **3.2.1 Caracterización y diseño del producto/servicio**

Wisteria Lodge es un emprendimiento el cual se enfoca en ofrecer servicios como alojamiento, restauración, SPA, zooterapia, sala de juegos y parqueadero, para el libre descanso y relajación del cliente, se establece un servicio completo pensando en las necesidades de los consumidores. Cada cliente contará con un servicio personalizado y de calidad para cubrir las expectativas de los mismos.

A continuación, se presenta las instalaciones, con la finalidad de especificar cada una de las áreas.

Para mantener una organización en Wisteria lodge se establece un horario tanto para huéspedes como para turistas el mismo se detalla a continuación:

**Tabla 13:**

*Horario de atención del lodge*

<b>SERVICIO</b>	<b>HORARIO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
ALOJAMIENTO	7:00 – 19:00	Si el cliente desea una hora fuera del horario se atenderá con previa reservación.
RESTAURACIÓN	7:00 - 9:00 12:00 - 2:00	El restaurante tiene diferentes horarios en cada hora de las comidas.

	18:00 -20:00	
SPA	17:00 - 20:00	
SALA DE JUEGOS	14:00 - 20:00	
ZOO TERAPIA	10:00 -12:00 14:00 - 18:00	Reservar con anticipación.
PARQUEADERO	24:00	

Fuente: Elaborada por las autoras.

**Nota:** El establecimiento abrirá sus puertas para atención al cliente e ingreso de turistas a partir de las 07h00 hasta las 18h00 y para el interior del establecimiento habrá atención de 24h00.

## ALOJAMIENTO

- Wisteria lodge cuenta con un espacio diseñado para siete habitaciones, rodeadas de árboles, hermosos paisajes, un espléndido jardín junto a una piscina privada para los huéspedes además de tener una gran iluminación, entre ellas están dos sencillas denominadas “San Diego y Santa Ana “, dos matrimoniales, llamadas “Las cuevas y la mujer”, dos familiares, nombradas “El duende y la reina” y una suite designada al nombre de ”El amor”, cada una está equipada y decorada de diferente manera para ofrecer una estancia cálida, cómoda y acogedora para los clientes.

- Para colocar los nombres de cada habitación se toma en cuenta uno de los atractivos más sobresalientes de la parroquia de Lita, que es “las 7 cascadas”, las mismas tiene un peculiar nombre, y su significado llamativo.

## *Habitaciones*

**Simple (1 persona):** San Diego y Santa Ana son dos hermosas habitaciones rústicas de aproximadamente 8.33 m<sup>2</sup>, con una excelente vista panorámica, cuentan con una cama de plaza y media, un televisor pantalla plana, una chimenea, baño privado, tendrá un juego de toallas blancas y un kit de aseo personal, un centro de mesa junto con un sofá, la decoración, la lencería de cama, tienen colores cálidos y han sido adecuadas para brindar un ambiente acogedor para el visitante, logrando así una estancia de calidad y descanso. En la parte frontal cuenta con una hamaca para el libre descanso del cliente.

**Matrimonial (2 personas):** Las cuevas y la mujer son dos habitaciones rústicas de 10.31 m<sup>2</sup>, creadas para disfrutar de la tranquilidad e intimidad, ofrecen una cama de dos plazas, baño privado, con dos juegos de toallas blancas, dos kits de aseo personal, un centro de mesa, una chimenea, un televisor pantalla plana, un sofá cama para brindar relajación y una perfecta estadía del turista, estas habitaciones cuentan con una maravillosa vista paisajística, además en la parte frontal cuentan con un espacio determinado para realizar fogatas y mantenerse al aire libre en nuestras cómodas hamacas.

**Familiar (6-8 personas):** El duende y la reina son dos peculiares habitaciones rústicas de aproximadamente 15.37m<sup>2</sup>, las mismas que están equipadas con una cama matrimonial de dos plazas, dos camas literas cada una de plaza y media, un mini bar, una chimenea, un sofá cama, un televisor de pantalla plana y baño privado, el mismo que tiene seis juegos de toallas blancas conjuntamente con seis kits de aseo personal, además de contar con una gran iluminación gracias a los ventanales, esto crea un ambiente acogedor, hogareño e inolvidable para los turistas. En la parte frontal cuenta con un espacio destinado a seis hamacas.

**Suite (2-4 apersonas):** En la habitación “El amor” se sentirá transportado a un mundo de encanto y elegancia, sin perder el cálido ambiente de un hogar, un espacio de aproximadamente 25.41 m<sup>2</sup>, la misma que está dividida en dos plantas, en la parte superior cuenta con una habitación matrimonial con una cama de dos plazas y una cama litera de plaza y media (opcional), un baño privado con una tina, el mismo que cuenta con dos juegos de toallas blancas, dos kit de aseo personal, un espejo retro iluminado y un secador de cabello, un mini bar, y un cuarto de estudio, para los amantes de la lectura encontraran una mini biblioteca, en la parte inferior está equipada con una chimenea, un sofá cama, un televisor pantalla plana, una cocina completa, baño privado y una sala de estar, para brindar una acogedora estancia a las turistas.

**Nota:** Las dimensiones de cada habitación se realizó con la ayuda profesional de un arquitecto, aprovechando cada espacio del terreno.

**Tabla 14:**

*Costo de las habitaciones*

HABITACIÓN	COSTO
Simple	\$ 25
Matrimonial	\$ 60
Familiar	\$ 120
Suite	\$ 100

Fuente: Elaborada por las autoras.

**Nota:** El precio de cada habitación refleja los gastos de la inmobiliaria, construcción, mensuales, características de las habitaciones y manutención de las mismas, se toma en cuenta estos parámetros para la decisión de colocar los diferentes precios al mercado.

## RESTAURACIÓN

El corazón de un restaurante es una cocina ideal, Wisteria Lodge cuenta con un espacio de aproximadamente 48m<sup>2</sup>, el mismo estará dividido en diferentes áreas, con una cocina, nevera, congelador, horno industrial, microondas, licuadoras, utensilios de cocina, vajilla, lavaplatos, para la elaboración de los platos con productos de la zona, e ingredientes de diferentes lugares del Ecuador, para obtener un desempeño exitoso la misma contara con grandes ventanales para tener una buena visibilidad, ya que la luz natural es muy importante al momento de realizar los platos, así mismo contara con luz artificial, una buena ventilación para evitar malos olores, una gran cantidad de gases y vapores, además de tener una campana extractora que ayudara a la facilidad de salida de los gases, un suministro de agua potable para hacer uso de la misma al momento de la elaboración de los platos requeridos por los comensales.

Se aborda con un gran salón denominado Wisteria, se trata de un espacio aproximado de 120m<sup>2</sup> el mismo cuenta con siete domos de vidrio cada uno equipado con mesas rusticas redondas y sillas, además de tener un menaje y lencería de cocina con colores cálidos para brindar un ambiente, acogedor y un servicio de calidad al comensal.

### MENÚ

#### *Menú del día*

#### **Desayunos**

- Continental

- Americano

## **Almuerzos**

### **ENTRADA:**

- Choclo con queso
- Bruschetta caprese
- Ceviche de palmito
- Ceviche de pescado
- Canastitas de verde rellenas con pollo

### **FUERTE:**

- Llapingacho
- Lasaña y papas fritas
- Ayampaco de pollo
- Camarones apanados
- Maito de camarón

### **POSTRE:**

- Mousse de mora
- Tiramisú
- Torta mojada de chocolate
- Torta de maqueño
- Tres leches de piña

## **Cenas:**

### *Platos a la carta*

- Caldo de gallina
- Fritada

- Tilapia frita
- Costillas ahumadas
- Seco de pollo y carne
- Filetes de pollo y carne a la plancha
- Ceviches:
  - ✓ Camarón
  - ✓ Pescado
  - ✓ Concha
- Parrilladas
  - ✓ Mar y tierra
- Pescado ahumado, a la plancha, asado
- Maito

#### BEBIDAS

- Gaseosa 1.35lt
- Jugos naturales
- Batidos
- Agua mineral
- Cerveza

**NOTA:** Se ofrece una oferta gastronómica basada en la cocina ecuatoriana, para dar a conocer la variedad de platos que ofrece cada región, los ingredientes que se utiliza son productos de la zona y de diferentes lugares del país, se adapta precios accesibles a los comensales, además de crear una experiencia inolvidable con una explosión de sabores en sus paladares.

**Tabla 15:**

*Costo del menú*

<b>MENÚ</b>	<b>COSTO</b>
Desayunos	\$ 4.00
Menú del día	\$ 5.50
<b>PLATOS A LA CARTA</b>	
Caldo de gallina	\$ 5.00
Fritada	\$ 7.00
Tilapia frita	\$6.50
Costillas ahumadas	\$7.50
Seco de pollo y carne	\$5.00
Filetes de pollo y carne a la plancha	\$5.50
Ceviches	\$7.00
Parrilladas	\$8.00
Pescado ahumado, a la plancha, asado	\$7.50
Maito	\$8.00
<b>BEBIDAS</b>	
Gaseosa 1.35lt	\$2.00
Jugos naturales	\$1.30
Batidos	\$1.90
Agua mineral	\$1.00
Cerveza	\$2.00

Fuente: Elaborada por las autoras.

**NOTA:** Para la fijación de costos de los platos se elabora un presupuesto de los proveedores, materia prima, mano de obra y tiempo de elaboración, de tal manera que el producto genere una rentabilidad para el establecimiento.

## SPA

Vivir toda una experiencia en Wisteria SPA es real, puedes lograrlo, un espacio determinado a la relajación de los turistas, lleno de iluminación por los grandes ventanales y espacios de luz natural, cuenta con cuatro baños de cajón cada uno con 1m de altura por 70cm de ancho, el mismo que sirve para tener una buena circulación sanguínea, elimina las células muertas y ayuda a recuperar el sueño, tres camillas hidráulicas para la chocolaterapia, esta terapia se basa en masajes corporales y faciales, además de aportar minerales al cuerpo, un turco de aproximadamente 3.80m x3.00m, para ayudar a las vías respiratorias, resfriados y aliviar los dolores de la artritis, un sauna de aproximadamente 3.80m x3.00m, que ayuda mediante la sudoración a eliminar toxinas y activar la circulación de la sangre, un hidromasaje, el cual ayuda a la relajación eliminando el estrés acumulado y calma la tensión muscular, tres piscinas de diferente tamaño , destinadas a la relajación y diversión de los turistas, cada espacio ofrece diferentes actividades de relajación, tratamientos y terapias para el cliente.

### **Tabla 16:**

#### *Costo de la zona húmeda*

<b>SERVICIOS</b>	<b>COSTO</b>
Baños de cajón (Personas mayores de 16 años )	\$6.99
Chocolatería (Personas mayores de 16 años )	\$5.99
<ul style="list-style-type: none"><li>• Turco</li><li>• Sauna</li><li>• Hidromasaje</li><li>• Piscinas</li></ul>	\$ 10.00

Fuente: Elaborada por las autoras.

**NOTA:** Los costos se fijan en relación a la materia prima, mano de obra y tiempo de duración en el caso de la chocolatería y baños de cajón. La zona húmeda tiene un costo general por las cuatro áreas.

Para esta experiencia se debe vestir bañador y sandalias, la duración del masaje y el baño de cajón es de 50 minutos aproximadamente.

## ZOOTERAPIA

El plus del lodge es la Zooterapia, que va dirigida a todo tipo de público, esta área cuenta con cuatro animales para realizar las terapias, los perros (canoterapia), caballos (equinoterapia), conejos (cuniterapia) y peces (ictioterapia), estas terapias ayudan a liberar el estrés acumulado en las personas, que se ha generado por diversas situaciones, sin embargo también va dirigida a personas especiales con síndrome de Down u otras enfermedades, todas estas terapias traen grandes beneficios como son: aumentar la autoestima, mejorar vínculos interpersonales, ayuda a desarrollar el sistema muscular y motriz, mantiene tu mente en equilibrio, sobre todo facilita la relajación liberándote del estrés.

**Cuniterapia:** El conejo es un animal cálido social, dócil y fácil de manipular por las personas, es por eso que al mantener contacto con estos animales se crea un vínculo afectivo, creando beneficios para relajar la hormona del estrés.

## Programa de actividades de socialización y preparación de conejos

**Tabla 17:**

*Programa de actividades de socialización y preparación de conejos.:*

<b>Durante 6 meses 24 horas</b>	<b>Contacto físico y verbal al interior del corral.</b>
	Alimentación de los animales.
	Uso de arnés y jaula de transporte, paseos individuales.
	Habitación a los materiales de trabajo: cepillo, conos, colchonetas, sillas, pelotas, aros, mini rampa, mini sube y baja.
	Habitación a la interacción con otros humanos dentro del corral.
	Trabajo habitual dentro de corral interactivo.
	Condicionamiento operante en ejercicios específicos: caminar detrás del guía, turnarse frente a los niños para recibir caricias o cepillarse, dejarse colocar objetos encima de ellos.
	Participación activa durante las actividades de rehabilitación.

**Tomado de:** Propuesta de programa de socialización y preparación de animales de granja (ovejas y conejos) para terapia de rehabilitación en personas con discapacidad (VARGAS R. B., 2012).

Para esta terapia se utiliza 3 conejos de raza mini Rex, los mismos que son entrenados para hacer ciertos trucos que ayudan al humano en la terapia. El espacio en donde se lleva a cabo la terapia tiene una dimensión de 3x4m<sup>2</sup>, equipada por una jaula de 3 metros de largo por 1 metro de ancho siendo el hogar de los conejos, dentro de ella habrá 3 comederos, 1 bebedero grande, junto a ella está la zona para la terapia con los materiales como son: cepillo, conos, colchonetas, sillas, pelotas, aros para entrenamiento, mini rampa especializada, mini sube y baja para conejos. Frente a esta zona están colocadas dos sillas para el acompañante.

**Equinoterapia:** Consiste en la realización de ejercicios neuromusculares que van encaminados a estimular el tono muscular, la coordinación, el control postural y el equilibrio (López, Moreno, & Rodríguez, 2015).

Según los autores se deduce que la equinoterapia consiste en realizar pequeñas estimulaciones a través del movimiento que produce el caballo generando un impacto positivo en el sistema muscular.

La caballeriza tiene una dimensión de 10 metros de ancho por 5 metros de largo, cada caballo tiene un espacio de 3x3m<sup>2</sup>, junto a ellos el cuarto de comida y de aseo, el espacio para realizar la terapia cuenta con dimensiones de 10 metros de ancho por 5 metros de largo, se utiliza 3 caballos de raza BLAC Español Cruzado los mismos son muy tranquilos para este tipo de terapias, en caso de contratiempos no suelen asustarse, además poseen una personalidad adecuada para los paseos que son requeridos y son capaces de liderar a su tropilla.

**Canoterapia:** Esta técnica que se emplea para rehabilitar a personas con discapacidades físicas, mentales y con problemas emocionales. Esta terapia se realiza con la ayuda de perros adiestrados que estimulan la participación de los pacientes en diferentes actividades sensoriales y perceptivas (Gordón, 2020).

El espacio contemplado para ejecutar la canoterapia tiene dimensiones de 3x3m<sup>2</sup> para realizar solo se utiliza razas que son adecuadas para estos casos como son los Golden retriever y los labradores los mismos que por su energía y carisma ayudan a liberar endorfinas y liberar el estrés, considerando que los perros son el mejor amigo del hombre sirven de compañía, desde su corta edad crean lazos con sus dueños contribuyendo a su estado emocional, físico y social.

**Ictioterapia:** Este tipo de terapia consiste en que los peces sin dientes denominados garra rufa absorben o comen la piel muerta de los pies de la persona contribuyendo a la regeneración de las células, a su vez ayudan a un tratamiento positivo como resultado de las enfermedades de la piel.

Las dimensiones del espacio serán de 2,50 x 2,50 m<sup>2</sup>, habrá seis estanques con peces garra rufa, dos sillas, un mueble para guardar las toallas de pies. La persona coloca sus pies suavemente dentro del estanque, entonces los peces realizan su trabajo y la persona puede entretenerse con una revista, música o simplemente mirar como estos pequeños animalitos regeneran sus células.

**Tabla 18:**

*Costo de las terapias*

<b>TERAPIA</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>COSTO</b>
Canoterapia	25 min	\$ 8.00
Equinoterapia	1 sesión	\$ 10.00
Cuniterapia	20 min	\$ 5.99
Ictioterapia	25 min	\$ 6.50

Fuente: Elaborado por las autoras.

**NOTA:** La fijación de precios se basa en el entrenamiento de los animales, materiales, alimentación y tiempo de la sesión

## SALA DE JUEGOS

Ha sido diseñada pensando siempre en el gusto y las exigencias del mercado objetivo, se afirmó que según el sondeo de encuestas realizadas les gustaría una gran sala de juegos bien equipada que contara con:

Una sala un poco alejada del ruido para juegos de mesa con dimensiones de 3x3 m<sup>2</sup>, en su interior 7 mesas con 6 sillas cada una, a su elección habrá monopolio, ajedrez, jenga, damas, domino, rompecabezas, twister, cartas, para personas que son más intelectuales y les gusta divertirse en un juego de estrategia.

Pensando en la diversión de personas más jóvenes Wisteria cuenta con una sala de 3x4m<sup>2</sup>, en su interior 2 Xbox One, 2 Smart tv, 2 computadoras de escritorio Samsung con video juegos como: Fortnite, Star Wars , saga de resident evil, harás de tu experiencia un mundo de fantasía.

Una sala de 4x3m<sup>2</sup>, en su interior una mesa de villar, 2 mesas de fútbolín, 1 pinball y dardos aquí serás capaz de explotar tus emociones al máximo y disfrutar de tu estancia en el establecimiento.

Para el uso de todas estas actividades de entretenimiento se crea una tarjeta recargable que tendrá un valor de \$12,99, donde podrán hacer uso de las diferentes salas por un tiempo determinado.

**Tabla 19:**

*Costo de las salas de juegos*

<b>SALA</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>COSTO</b>
Intelectual	35min	\$12.99
Juegos de azar	35min	\$12.99
Juegos electrónicos	35min	\$12.99

Fuente: Elaborada por las autoras.

**NOTA:** El precio establecido hace mención a la materia prima, servicios básicos, tiempo de duración y manutención de las salas.

## PARQUEADERO

Espacio destinado para la comodidad y tranquilidad de los visitantes en donde podrán dejar su vehículo estacionado con completa seguridad. Este sitio preparado para vehículos privados se encuentra ubicado al inicio o entrada del lodge, posterior a esto los turistas podrán ingresar a la recepción para realizar su respectivo check in.

### **3.2.2 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio**

En el proceso de producción de las diferentes áreas del establecimiento para la prestación de los servicios es importante detallar la maquinaria, materia prima, suministros, procesos, recursos humanos y producto final que se va a utilizar, por tal motivo a continuación se detallan los mismos.

**Tabla 20:***Descripción del proceso productivo del alojamiento*

<b>ALOJAMIENTO</b>		
<b>Estado Inicial</b>	<b>Proceso Transformador</b>	<b>Producto Final</b>
<b>INSUMOS</b>	<b>PROCESOS</b>	<b>PRODUCTOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Shampoo</li> <li>• Jabón</li> <li>• Gel antibacterial</li> <li>• Papel higiénico</li> <li>• Ambientador</li> <li>• Kit de limpieza y desinfección</li> </ul>	<p>Abrir cortinas, ventanas y puertas para permitir una ventilación.</p> <p>Limpieza profunda por toda la habitación y el cuarto de baño.</p> <p>Arreglo de las camas.</p> <p>Vaciar los basureros y colocar fundas nuevas.</p> <p>Reponer las dotaciones.</p> <p>Procesos de desinfección de la habitación y cuarto de baño.</p> <p>Aspirar la habitación</p> <p>Ambientar la habitación y cerrar la puerta.</p>	<p>Entrega de una habitación limpia, desinfectada y ambientada para el confort y descanso del cliente.</p>
<b>SUMINISTROS</b>	<b>EQUIPO PRODUCTIVO</b>	<b>RESIDUOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Camas</li> <li>• Colchones</li> <li>• Almohadas</li> <li>• Veladores</li> <li>• Televisores</li> <li>• Muebles de oficina</li> </ul>	<p>Suministros de la habitación.</p> <p>Kit de limpieza y desinfección.</p> <p>Dotaciones del cuarto de baño y la habitación.</p>	<p>Cambio de fundas plásticas.</p>
<b>ORGANIZACIÓN</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sillas</li> <li>• Cocina</li> </ul>	<p>En el área de alojamiento, se encuentran dos personas</p>	

- 
- Mini bar encargadas de la limpieza, orden
  - Sofá cama y desinfección de las
  - Edredones habitaciones.
  - Cortinas de habitación
  - Cortinas de baño
  - Lámpara de techo
  - Alfombras
  - Aspiradora
  - Basurero
  - Espejos
  - Toallero
  - Inodoro
  - Lavamanos
  - Ducha de aluminio
- 

Fuente: Elaborada por las autoras.

**Tabla 21:**

*Descripción del proceso productivo de la restauración*

<b>RESTAURACIÓN</b>		
<b>Estado Inicial</b>	<b>Proceso Transformador</b>	<b>Producto Final</b>
<b>INSUMOS</b>	<b>PROCESOS</b>	<b>PRODUCTOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harina</li> <li>• Mantequilla</li> <li>• Huevos</li> </ul>	<p>Lavado y desinfección de los ingredientes a utilizarse.</p> <p>Mise en place.</p>	<p>Entrega de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desayunos</li> <li>• Entradas</li> </ul>

---

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sal y pimienta</li> <li>• Condimentos</li> <li>• Especias</li> <li>• Café</li> <li>• Azúcar</li> <li>• Leche</li> <li>• Arroz</li> <li>• Papas</li> <li>• Verduras</li> <li>• Frutas</li> <li>• Granos</li> <li>• Carnes (Res, pollo, cerdo, mariscos)</li> <li>• Bebidas</li> <li>• Servilletas</li> <li>• Kit de limpieza y desinfección</li> <li>• Desengrasantes</li> <li>• Gel antibacterial</li> </ul>	<p>Cocción y preparación de los alimentos.</p> <p>Montaje del plato</p> <p>Servir los platos a los comensales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuertes</li> <li>• Postre</li> <li>• Platos a la carta</li> <li>• Bebidas.</li> </ul> <p>A los comensales brindándoles platos exquisitos con ingredientes de la zona.</p>
---	--	--

---

<b>SUMINISTROS</b>	<b>EQUIPO PRODUCTIVO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cocina</li> <li>• Nevera</li> <li>• Horno industrial</li> </ul>	<p>Utilización de equipos y baterías de cocina necesarias.</p> <p>Colocación de la mantelería, vajilla y cristalería.</p>

---

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Freidora y plancha</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kit de limpieza y desinfección requerida.</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vajilla de porcelana</li> </ul>			
		<b>ORGANIZACIÓN</b>	<b>RESIDUOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cristalería</li> <li>• Mantelería</li> <li>• Batería de cocina</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utensilios de cocina</li> <li>• Tostadora</li> <li>• Cafetera</li> <li>• Licuadoras</li> <li>• Microondas</li> <li>• Extractor de olores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chef</li> <li>• Ayudante de cocina y poli funcional.</li> <li>• Persona poli funcional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpieza y recolección de desechos sobrantes y basura de la cocina y el salón.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mesas</li> <li>• Estantería metálica</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lavavajillas</li> <li>• Basureros</li> <li>• Kit de limpieza</li> <li>• Mesas modulares y de niños</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sillas</li> <li>• Lámparas</li> <li>• Tanques de gas</li> </ul>			

Fuente: Elaborado por las autoras.

**Tabla 22:***Descripción del proceso productivo del SPA*

<b>SPA</b>		
<b>Estado Inicial</b>	<b>Proceso</b>	<b>Producto Final</b>
	<b>Transformador</b>	
<b>INSUMOS</b>	<b>PROCESOS</b>	<b>PRODUCTOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrenador</li> <li>• Alimentos para los animales</li> <li>• Premios para los animales</li> <li>• Kit de limpieza y desinfección</li> </ul>	<p>Indicaciones y precauciones para iniciar la terapia.</p> <p>Preparación de los materiales a utilizarse en las terapias.</p> <p>Premiar a los animales por hacer bien su trabajo.</p>	<p>Entrega de un servicio de relajación, interacción de las dos partes, alivio, descanso y motivación para los clientes.</p>
<b>SUMINISTROS</b>	<b>EQUIPO PRODUCTIVO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cepillo</li> <li>• Taburetes</li> <li>• Cepillo, conos, colchoneta.</li> <li>• Monturas</li> <li>• Instrumentos para animales</li> <li>• Sillas, pelotas, aros, mini rampa, mini sube y baja.</li> </ul>	<p>Monturas, cepillos, conos, colchonetas.</p> <p>Instrumentos para animales.</p> <p>Sillas, pelotas, aros, mini rampa, mini sube y baja.</p>	
	<b>ORGANIZACIÓN</b>	<b>RESIDUOS</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inodoros</li> <li>• Basureros</li> <li>• Kit de limpieza</li> </ul>	<p>El entrenador estará a cargo de las terapias y cuidados de los animales, las personas de limpieza del alojamiento también laboraran en esta área.</p>	<p>Limpieza de los desechos de animales.</p>
--	--	--

Fuente: Elaborado por las autoras.

**Tabla 23:**

*Descripción del proceso productivo de la zooterapia*

<b>ZOOTERAPIA</b>		
<b>Estado Inicial</b>	<b>Proceso Transformador</b>	<b>Producto Final</b>
<b>INSUMOS</b>	<b>PROCESOS</b>	<b>PRODUCTOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrenador</li> <li>• Alimentos para los animales</li> <li>• Premios para los animales</li> <li>• Kit de limpieza y desinfección</li> <li>• Gel antibacterial</li> </ul>	<p>Indicaciones y precauciones para iniciar la terapia.</p> <p>Preparación de los materiales a utilizarse en las terapias.</p> <p>Premiar a los animales por hacer bien su trabajo.</p>	<p>Entrega de un servicio de relajación, interacción de las dos partes, alivio, descanso y motivación para los clientes.</p>
<b>SUMINISTROS</b>	<b>EQUIPO PRODUCTIVO</b>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cepillo</li> <li>• Taburetes</li> <li>• Cepillo, conos, colchoneta.</li> <li>• Monturas</li> <li>• Instrumentos para animales</li> <li>• Sillas, pelotas, aros, mini rampa, mini sube y baja.</li> <li>• Inodoros</li> <li>• Basureros</li> <li>• Kit de limpieza</li> </ul>	<p>Monturas, cepillos, conos, colchonetas.</p> <p>Instrumentos para animales.</p> <p>Sillas, pelotas, aros, mini rampa, mini sube y baja.</p>
---	---

ORGANIZACIÓN	RESIDUOS
El entrenador estará a cargo de las terapias y cuidados de los animales, las personas de limpieza del alojamiento también laboraran en esta área.	Limpieza de los desechos de animales.

Fuente: Elaborado por las autoras.

**Tabla 24:**

*Descripción del proceso productivo de la sala de juegos*

SALA DE JUEGOS		
Estado Inicial	Proceso	Producto Final
	Transformador	

<b>INSUMOS</b>	<b>PROCESOS</b>	<b>PRODUCTOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kit de limpieza y desinfección</li> <li>• Gel antibacterial</li> <li>• Snacks</li> </ul>	<p>Indicaciones del funcionamiento de cada juego.</p> <p>Conectar y encender los dispositivos que requieran energía para que funcionen correctamente.</p> <p>Colocar las piezas de los juegos según lo requieran para llevar a cabo el mismo.</p>	<p>Entrega de un servicio de entretenimiento en óptimas condiciones para el disfrute pleno del cliente.</p>
<b>SUMINISTROS</b>	<b>EQUIPO PRODUCTIVO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internet (wifi)</li> <li>• Video juegos</li> <li>• Basureros</li> <li>• Lámparas</li> <li>• Kit de limpieza</li> <li>• Cables de conexión</li> <li>• Tacos de villar</li> <li>• Computadoras</li> <li>• Xbox One</li> </ul>	<p>Dispositivos electrónicos.</p> <p>Módems del internet.</p> <p>Suministros necesarios para el juego.</p>	
	<b>ORGANIZACIÓN</b>	

- 
- Televisores
  - Mesas- Sillas
  - Baños
- Una persona poli funcional del estará encargada del lugar para ayudar al cliente con el funcionamiento de los juegos o en caso de que surja algún imprevisto.
- 

Fuente: Elaborado por las autoras.

### **3.3 Ingeniería del proyecto**

#### **3.3.1 Distribución de la planta**

Wisteria lodge estará ubicado verticalmente en un terreno de 20.000m<sup>2</sup>, junto a la vía San Lorenzo en la parroquia de Lita, la organización estará establecida en 5 áreas.

#### **Área de Parqueadero**

En la entrada un parqueadero iluminado por 4 faroles ubicados en los extremos, tiene una capacidad para 12 vehículos con una longitud de 3 metros de ancho por 4 metros de largo, cada uno señalizado por franjas blancas para el uso adecuado y rodeado por frondosos árboles, los mismos que ayudan a cubrir el cuarto de residuos sólidos, ubicado en la parte izquierda del parqueadero.

## **Área de recepción**

La entrada principal está diseñada con un arco de media punta adornado con una enredadera denominada Wisteria, dando un toque cálido y romántico al establecimiento, en la parte derecha está situada la recepción con una dimensión de 4.37 metros de largo y 4.50 metros de ancho, el interior cuenta con una mesa y silla de escritorio, equipos electrónicos como: computadora, impresora, datafono, teléfono, un sillón de espera y baño, todos estos elementos se utilizarán para brindar un buen servicio al cliente.

## **Área de SPA**

El área de SPA tiene una dimensión de 2.81 metros de largo y 10.45 metros de ancho, esta sección se divide en 2 áreas, la piscina adquiere el mayor espacio del lugar con dimensiones de 3.90 x 8.43 x 12.47m<sup>2</sup>, incluye 2 baños, 2 duchas y 4 vestidores para el uso exclusivo de los turistas, pensando en el descanso y alimentación a los alrededores se encuentran 3 mesas de mimbre, cada una con 4 sillas, 3 sillas tumbonas para recostarse, 1 tienda de snacks, comida rápida y bebidas. Al norte se encuentra el cuarto de masajes equipado con dos camillas faciales y corporales, 1 sillón de espera e insumos necesarios para las terapias, baños de cajón, chocolate, sauna e hidromasaje, que ayuda a regular la temperatura corporal, eliminar toxinas, hidratar la piel y calmar la tensión muscular.

## Área de Sala juegos

La sala de juegos con dimensiones de 14.41 metros de largo por 7.18 metros de ancho cuenta con tres salas denominadas, intelectual donde se distribuirán juegos como monopolio, ajedrez, jenga, cartas, damas chinas, Twister, rompecabezas y domino, juegos de azar distribuido por una mesa de villar, pinball, dardos y fútbolín, finalmente la sala de juegos electrónicos con diferentes entretenimientos para el usuario.

## Área de zooterapia

Se encuentra al frente del área de spa, dividida en 5 áreas detalladas a continuación:

### Tabla 25:

*Detalles de la distribución de la planta del área de zooterapia*

ÁREA	DETALLE	DIMENSIÓN
Equinoterapia	Caballos Blanc	8.17m de largo * 21.89m de ancho
Establo	Establos	9.60m de largo * 16.16 m de ancho
Comida	Cuartos	3.87m de largo * 4.99m de ancho
Monturas	Cuarto	3.87m de largo * 5.02m de ancho
Canoterapia	Perros Golden Labrador	4.60m de largo * 26.34m de ancho
Cuniterapia	Conejos: Mini Rex	4.67m de largo * 12.24m de ancho
Ictioterapia	Peces: Garra rufa	4.97m de largo * 14.08m de ancho

Fuente: Elaborado por las autoras.

## Área de restauración

La segunda sección consta de la cocina, con una dimensión de 3.86m de largo x 4.75m de ancho, el gran salón tiene un espacio dividido para 7 domos de vidrio con un diámetro de 5.41 y una altura de 3.50, un techo ramificado con la enredadera Wisteria para adornar el lugar, al costado derecho cuenta con 6 baños públicos de 1.80m de largo por 6.20m de ancho.

En la siguiente tabla se detalla los suministros de la cocina y el gran salón.

**Tabla 26:**

*Detalle de la distribución de la planta del área de restauración*

SECCIÓN	ÁREA	DETALLE
Cocina	48m <sup>2</sup>	Cocina Industrial
		Nevera
		Horno
		Plancha y freidora industrial
		Estantería
Salón Wisteria	120m <sup>2</sup>	Mesas modulares de madera
		Sillas

Fuente: Elaborado por las autoras.

## Área de alojamiento

Cuenta con 7 cabañas triangulares en forma de media luna, sus materiales son roble y nogal, en la parte central una piscina de 16.83m de largo por 19.41m de ancho a sus alrededores tiene sillas tumbonas y parasoles para los huéspedes.

En la siguiente tabla se detalla el equipamiento de las habitaciones:

**Tabla 27:**

*Equipamiento de las habitaciones*

HABITACIÓN	ÁREA	DETALLE
SAN DIEGO Y SANTA ANA (SIMPLES)	8.33 m <sup>2</sup>	Cama de plaza y media Baño privado Kit de aseo Hamaca Sofá Chimenea Mesa
LAS CUEVAS Y LA MUJER (MATRIMONIALES)	10.31 m <sup>2</sup>	Cama de dos plazas Baño privado Kit de aseo Hamaca Sofá cama Chimenea Mesa

EL DUENDE Y LA REINA (FAMILIARES)	15.37m <sup>2</sup>	Cama de dos plazas Camas literas de plaza y media Baño privado Kit de aseo Hamaca Sofá cama Chimenea Mesa Minibar
EL AMOR (SUITE)	25.41 m <sup>2</sup> ,	Cama de dos plazas Camas literas de plaza y media(opcional) Baño privado Kit de aseo Hamaca Sofá cama Chimenea Mesa Minibar Cocina Nevera Oficina

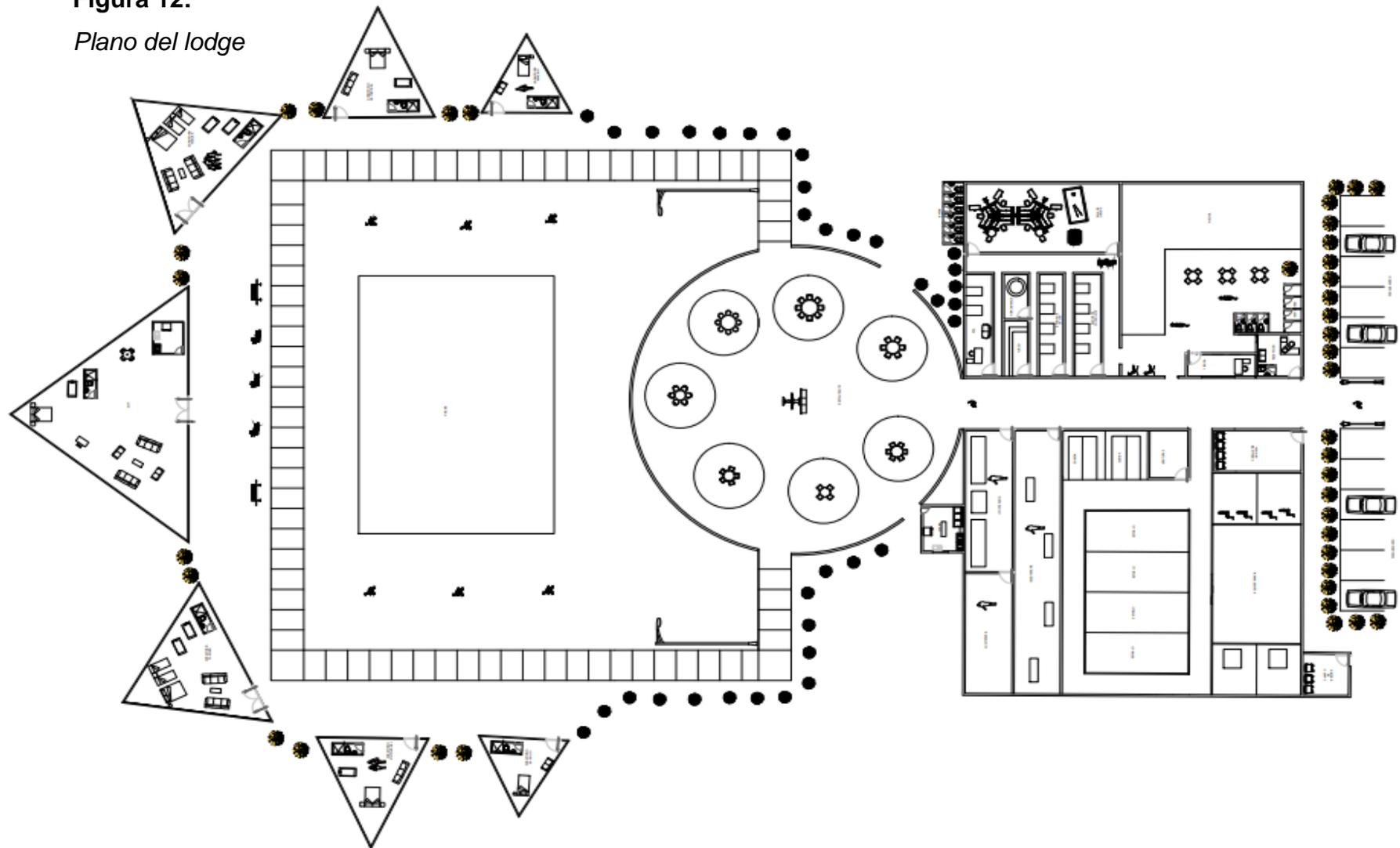
Fuente: Elaborado por las autoras.

### 3.3.2 Diseño planimétrico de la planta

Wisteria lodge está dividido en 5 secciones cada una con sus diferentes productos, como son parqueadero, SPA, zooterapia, restauración y alojamiento, mediante el plano se puede apreciar cómo se distribuye cada espacio para los servicios.

**Figura 12:**

*Plano del lodge*



**Fuente:** 1 Tomado de AutoCAD

**Nota:** La planimetría de la planta fue elaborada por la arquitecta Carolina Báez.

### 3.4 Requerimientos por áreas

Área de recepción

**Tabla 28:**

*Requerimiento del área de recepción*

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>
Inodoro andes	1
Lavamanos	1
Impresora Epson	1
Computador Escritorio	1
Suministros de Oficina y elementos de aseo.	1
Mesa de escritorio pc oficina	1
Datafono	1
Teléfono	1
Silla hidráulica	1
Sofá de espera	1

Fuente: Elaborado por las autoras.

Área de alojamiento:

**Tabla 29:**

*Requerimiento del área de alojamiento*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Cama simple	8
Cama doble	5
Colchones simples	8
Colchones dobles	5
Televisores	7
Sábanas blancas	30
Hamaca	10
Almohadas	25
Sofá color negro	7
Sillas de madera	7
Mesas de madera	7
Cortinas de baño	7
Cortinas de la habitación	14
Edredones colores cálidos	30
Focos led ahorradores	20
Espejos	7
Basureros plásticos	7
Toallas blancas	30
Lavamanos	8
Inodoros	8
Manguera conexión lavamanos	7

Kit instalación inodoro	8
Ducha de aluminio	7
Kit de limpieza (trapeador, escoba, recogedor)	1
Kit de aseo personal	25
Barra de soporte y barra abatible	7
Minibar	5
Cocina de dos quemadores	1

Fuente: Elaborado por las autoras.

Área de restauración:

**Tabla 30:**

*Requerimiento del área de restauración*

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>
Cocina industrial de 4 quemadores	1
Refrigeradora Indurama	1
Freidora y plancha industrial	1
Vajilla de porcelana blanca	6
Cristalería	6
Mantelería blanca	7
Batería de cocina	1
Utensilios de cocina	30
Tostadora	1
Cafetera	1
Licuadoras	3
Microondas	1

Extractor de olores	1
Mesas de madera	7
Estantería metálica	4
Lavavajillas	5
Basureros plásticos	4
Kit de limpieza (escoba, trapeador, recogedor, papel)	2
Mesas modulares y de niños	3
Sillas de madera	35
Focos Led ahorradores	12
Tanques de gas	3

Fuente: Elaborado por las autoras.

Área de SPA:

**Tabla 31:**

*Requerimiento del área de SPA*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Sales de baño naturales	1
Velas aromáticas	20
Cremas y aceites	6
Chocolate	4
Guantes	1
Cloro	2
Kit de limpieza y desinfección	1
Camillas faciales y corporales	3
Taburetes	5
Pedestal	2

Mesa de madera	2
Toallas blancas	12
Inodoros	3
Lavamanos	3
Duchas	3
Espejos	5
Sillas de madera	6
Cestos de mimbre	7
Focos led ahorradores	8
Basureros plásticos	5
Fundas plásticas	1
Kit de limpieza	1
Cilindros de gas	3

Fuente: Elaborado por las autoras.

Área de zooterapia:

**Tabla 32:**

*Requerimiento del área de zooterapia*

ÁREA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Hipoterapia	Caballos raza cruzado español	3
	Cascos Ovation	3
	Juego de sillín (Monturas, riendas	3
	Cuerda	3
	Pelota Terapéutica	3
	Hula Hula	3

	Cuerda de algodón suave	2
Canoterapia	Golden retriever y Labrador	2
	Correa y collar para perro	2
	Colchonetas De Yoga	3
Cuniterapia	Conejos raza mini rex	3
	Obstáculo agility	2
	Obstáculo Agility Aro	1
	Obstáculo Balancín	1
	Bebedero automático	1
	Alfalfa y manzana deshidratada	1
Ictioterapia	Estanques	6
	Alimento para peces	1
	Peces	5

Fuente: Elaborado por las autoras.

Área de Sala de Juegos:

**Tabla 33:**

*Requerimiento del área de sala de juegos*

SALAS	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Intelectual	Monopoly	1
	Ajedrez	1
	Jenga	1
	Cartas	1
	Damas	1
	Domino	1
	Twister	1

	Rompecabezas	1
Juegos de azar	Billar	1
	Futbolín	1
	Pinball	1
	Dardos	1
Juegos electrónicos	Xbox One	2
	Computador Escritorio	2
	Televisores	2
	Mesas	5
	Sillas	20
	Palancas	4
	Video juegos	6

Fuente: Elaborado por las autoras.

### **3.5 Inversiones y capital de trabajo**

#### **3.5.1 Obra civil necesaria**

El costo de la infraestructura e instalación del establecimiento estará en un terreno de 20.000m<sup>2</sup>, la cotización es adquirida por un estudiante de arquitectura.

**Tabla 34:***Costo de la infraestructura e instalación del establecimiento*

Nº	Descripción	Unidad	Cant	Unitario	Total
1	Replanteo y nivelación para estructuras	m2	2300,71	\$ 1,09	\$3.052,77
2	Excavación cimientos y plintos suelo	m3	650	\$ 9,00	\$6.750,00
3	Hormigón cimientos	m3	95	\$ 110,09	\$22.018,00
4	Bloque alivianado	/	90	\$ 0,63	\$315,00
5	Mampostería	m2	80	\$ 13,00	\$1.040,00
6	Enlucido	m2	250	\$ 5,20	\$1.300,00
7	Cerámica	m2	250	\$ 17,90	\$4.475,00
8	Pintura	m2	210	\$ 3,90	\$819,00
9	Recubrimiento de piedra	m2	50	\$ 24,10	\$1.205,00
10	Ventanas	m2	45	\$ 48,70	\$2.191,50
11	Puertas	m2	40	\$ 60,80	\$2.432,00
12	Cerraduras	/	30	\$ 20,90	\$627,00
13	Tubo 3 pulgadas	/	25	\$ 9,00	\$225,00
14	Tubo 2 pulgadas	/	18	\$ 8,00	\$144,00
15	Codos 2 pulgadas	/	55	\$ 2,00	\$110,00
16	Llave de paso	/	15	\$ 13,00	\$195,00
17	Toma corriente	/	36	\$ 2,30	\$82,80
18	Interruptores	/	50	\$ 3,00	\$150,00
19	Mano de obra	/	10	\$2.800,00	\$28.000,00
20	Madera	/	200	\$ 6,00	\$1.200,00
21	Vidrio	m2	600	\$ 49,00	\$29.400,00
22	Piedra	m2	50	\$ 26,00	\$1.300,00
<b>Total</b>					<b>\$107.032,07</b>

Fuente: Elaborado por las autoras.

## Cotización de las diferentes áreas del establecimiento.

**Tabla 35:**

*Cotización de las diferentes áreas del establecimiento.*

<b>ÁREA</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Recepción	\$ 1086,27
Alojamiento	\$8.725,11
Restaurante	\$ 3.896,22
SPA	\$1.777,47
Zooterapia	\$ 7.176,85
Sala de juegos	\$3.243,36
Total	\$25.905,28

Fuente: Elaborado por las autoras.

### **3.5.2 Maquinaria y equipos**

En las siguientes tablas se detalla la maquinaria y equipos, para la ejecución diaria de las instalaciones del establecimiento.

Área de recepción

**Tabla 36:**

*Costo de maquinaria y equipos de la recepción*

<b>RECEPCIÓN</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANT</b>	<b>PROVEEDORES</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Inodoro andes	1	Ferretería Bosna	\$ 59,18	\$59,18
Lavamanos	1	Ferretería Bosna	\$ 46,10	\$46,10
Impresora Epson	1	Word computer	\$ 190,00	\$90,00
Computador	1	Word computer	\$ 399,00	\$99,00
Escritorio				
Suministros de Oficina y elementos de aseo.	1	Súper maxi	\$ 35,00	\$35,00
Mesa de escritorio	1	Muebles Ruiz	\$ 58,00	\$58,00
Datafono	1	Kiwi	\$ 30,00	\$30,00
Teléfono	1	Kiwi	\$ 19,99	\$19,99
Silla hidráulica	1	Muebles Ruiz	\$ 50,00	\$50,00
Sofá de espera gris	1	Muebles Ruiz	\$ 199,00	\$199,00
Total				\$ 1.086,27

Fuente: Elaborado por las autoras.

Área de alojamiento:

**Tabla 37:**

*Costo de maquinaria y equipos del alojamiento*

<b>ALOJAMIENTO</b>				
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANT</b>	<b>PROVEEDORES</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Cama simple	8	El bosque	\$ 100,00	\$800,00
Cama doble	5	El bosque	\$ 120,00	\$600,00
Colchones simples	8	Chaide	\$ 85,00	\$680,00
Colchones dobles	5	Chaide	\$ 112,00	\$560,00
Televisores	7	Mercado Libre	\$ 171,00	\$1.197,00
Sábanas blancas	30	Mercado libre	\$ 17,00	\$510,00
Hamaca	10	Mercado Otavalo	\$ 10,00	\$100,00
Almohadas	25	Chaide	\$ 9,00	\$225,00
Sofá color negro	7	Mercado libre	\$ 150,00	\$1.050,00
Sillas de madera	7	Mercado libre	\$ 13,00	\$91,00
Mesas de madera	7	Muebles Ruiz	\$ 26,00	\$182,00
Cortinas de baño	7	Kiwi	\$ 4,00	\$28,00
Cortinas de habitación	14	Mercado libre	\$ 16,00	\$224,00
Edredones	30	Marketplace	\$ 15,00	\$450,00
Focos led ahorradores	20	Kiwi	\$ 1,40	\$28,00
Espejos	7	Mercado libre	\$ 5,00	\$35,00
Basureros plásticos	7	Mercado libre	\$ 3,39	\$23,73
Toallas blancas	30	Mercado libre	\$ 8,00	\$240,00
Lavamanos	8	Kiwi	\$ 20,00	\$160,00
Inodoros	8	Kiwi	\$ 40,00	\$320,00
Manguera conexión lavamanos	7	Kiwi	\$ 6,80	\$47,60

Kit instalación inodoro	8	Kiwi	\$ 1,88	\$15,04
Ducha de aluminio	7	Kiwi	\$ 10,32	\$72,24
Kit de limpieza	1	Kiwi	\$ 6,00	\$6,00
Kit de aseo personal	25	Kiwi	\$ 1,50	\$37,50
Barra de soporte	7	Kiwi	\$ 25,00	\$175,00
Minibar	5	Mercado libre	\$ 149,00	\$745,00
Cocina de dos quemadores	1	Mega Kiwi	\$ 13,00	\$123,00
<b>Total</b>				<b>\$8.725,11</b>

Fuente: Elaborado por las autoras.

Área de restauración:

**Tabla 38:**

*Costo de maquinaria y equipos de la restauración*

<b>RESTAURACIÓN</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PROVEEDORES</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Cocina industrial de 4 quemadores	1	Imar creaciones	\$ 340,00	\$ 340,00
Refrigeradora	1	Almacenes Japón	\$ 500,00	\$ 500,00
Freidora y plancha industrial	1	Imar creaciones	\$ 290,00	\$ 290,00
Vajilla de porcelana blanca	6	Todo hogar	\$ 30,00	\$ 180,00
Cristalería	6	Mercado libre	\$ 17,00	\$ 102,00

Mantelería blanca	7	Mercado libre	\$ 10,00	\$ 70,00
Batería de cocina	1	Imar creaciones	\$ 80,00	\$ 80,00
Utensilios de cocina	30	Todo hogar	\$ 5,00	\$ 150,00
Tostadora	1	Todo hogar	\$ 45,00	\$ 45,00
Cafetera	1	Kiwi	\$ 21,63	\$ 21,63
Licadoras	3	Todo hogar	\$ 45,00	\$ 45,00
Microondas	1	Imar creaciones	\$ 50,00	\$ 50,00
Extractor de olores	1	Kiwi	\$ 158,00	\$ 158,00
Mesas de madera	7	Muebles Ruiz	\$ 135,00	\$ 945,00
Estantería metálica	4	Imar creaciones	\$ 37,00	\$ 148,00
Lavavajillas	5	Tía	\$ 1,99	\$ 9,95
Basureros plásticos	4	Mercado libre	\$ 7,96	\$ 31,84
Kit de limpieza	2	Kiwi	\$ 6,00	\$ 12,00
Mesas modulares	3	Muebles Ruiz	\$ 22,00	\$ 66,00
Sillas de madera	35	Mercado libre	\$ 13,00	\$ 455,00
Focos Led	12	Kiwi	\$ 1,40	\$16,80
Tanques de gas	3	Distribuidor	\$ 30,00	\$ 90,00
Total				\$3.896,22

Fuente: Elaborado por las autoras.

Área de SPA:

**Tabla 39:**

*Costo de maquinaria y equipos del SPA*

SPA				
DESCRIPCIÓN	CANT	PROVEEDORES	UNITARIO	TOTAL
Sales de baño naturales	10	Amazon	\$ 20,00	\$ 200,00
Velas aromáticas	2	Amazon	\$ 27,00	\$54,00
Cremas y aceites	6	Amazon	\$ 23,99	\$143,94
Chocolate	4	Amazon	\$ 25,99	\$103,96
Guantes	2	Farmacias	\$ 7,50	\$15,00
Cloro	5	Tía	\$ 1,99	\$9,95
Kit de limpieza	1	Tía	\$ 6,00	\$6,00
Camillas corporales	3	Mercado libre	\$ 15,00	\$ 345,00
Taburetes	5	Mercado libre	\$ 28,00	\$140,00
Pedestal	2	Mercado libre	\$ 36,40	\$72,80
Mesa de madera	2	Muebles Ruiz	\$ 38,99	\$77,98
Toallas blancas	12	Mercado libre	\$ 8,00	\$96,00
Inodoros	3	Kiwi	\$ 40,00	\$120,00
Lavamanos	3	Kiwi	\$ 20,00	\$60,00
Duchas	3	Kiwi	\$ 10,32	\$30,96
Espejos	5	Mercado libre	\$ 5,00	\$25,00
Sillas de madera	6	Mercado libre	\$ 13,00	\$78,00
Cestos de mimbre	7	Mercado libre	\$ 8,54	\$59,78

Focos led ahorradores	8	Kiwi	\$ 1,40	\$11,20
Basureros plásticos	5	Mercado libre	\$ 3,39	\$ 6,95
Fundas plásticas	5	Tía	\$ 2,99	\$ 14,95
Kit de limpieza	1	Tía	\$ 6,00	\$6,00
Cilindros de gas	3	Distribuidor	\$ 30,00	\$90,00
<b>Total</b>				<b>\$1.777,47</b>

Fuente: Elaborado por las autoras.

Área de zooterapia:

**Tabla 40:**

*Costo de maquinaria y equipos de la zooterapia*

<b>ZOOTERAPIA</b>					
<b>ÁREA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANT</b>	<b>PROVEEDORES</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Hipoterapia	Caballos	3	José Andrade	\$ 1.500,00	\$ 4.500,00
	Cascos Ovation	3	Amazon	\$ 59,95	\$ 179,85
	Juego de sillín	3	Amazon	\$ 299,00	\$ 897,00
	Cuerda	3	Amazon	\$ 9,99	\$ 29,97
	Pelota	3	Personaswip	\$ 1,70	\$ 5,10
	Terapéutica				
	Hula Hula	3	Tía	\$ 3,50	\$ 10,50
Canoterapia	Cuerda de algodón	2	Amazon	\$ 9,99	\$ 19,98
	Golden Labrador	y 2	Veterinaria	\$ 80,00	\$ 160,00
	Correa	2	Santa María	\$ 6,99	\$ 13,98

	Colchonetas		3	Santa María	\$ 21,99	\$ 65,97
	Croquetas		1	Santa María	\$ 45,00	\$ 270,00
Cuniterapia	Conejos raza mini rex		3	Veterinaria	\$ 5,00	\$ 15,00
	Obstáculo agility rampa		2	Mascotamoda	\$ 35,00	\$ 70,00
	Obstáculo Agility Aro		1	Mascotamoda	\$ 36,50	\$ 36,50
	Obstáculo Balancín		1	Mascotamoda	\$ 89,50	\$ 89,50
	Bebedero automático		1	Mascotamoda	\$ 4,50	\$ 4,50
	Alfalfa y manzana deshidratada		1	Mascotamoda	\$ 3,00	\$ 3,00
Ictioterapia	Estanques		6	Mascotamoda	\$ 150,00	\$ 900,00
	Alimento para peces		1	Mascotamoda	\$ 1,00	\$ 1,00
	Garra rufa		5	Mascotamoda	\$ 35,00	\$ 175,00
	Total					\$7.176,85

Fuente: Elaborado por las autoras.

Área de Sala de Juegos:

**Tabla 41:**

*Costo de maquinaria y equipos de la sala de juegos*

SALA DE JUEGOS						
SALAS	DESCRIPCIÓN	CANT	PROVEEDORES	UNITARIO	TOTAL	

Intelectual	Monopoly	1	Marketplace	\$ 14,99	\$14,99
	Ajedrez	1	Marketplace	\$ 19,99	\$19,99
	Jenga	1	Multirebajas	\$ 3,50	\$ 3,50
	Cartas	1	Marketplace	\$ 5,00	\$5,00
	Damas	1	Marketplace	\$ 4,89	\$ 4,89
	Domino	1	Marketplace	\$ 4,89	\$4,89
	Twister	1	Marketplace	\$ 43,20	\$43,20
	Rompecabezas	1	Marketplace	\$ 15,00	\$15,00
Juegos de azar	Billar	1	Marketplace	\$ 80,00	\$80,00
	Futbolín	1	Marketplace	\$ 15,00	\$15,00
	Pinball	1	Marketplace	\$ 26,49	\$26,49
	Dardos	1	Marketplace	\$ 7,89	\$7,89
Juegos electrónico s	Xbox One	2	Marketplace	\$ 44,90	\$ 89,98
	Computador Escritorio	2	Word computer	\$ 399,00	\$798,00
	Televisores	2	La ganga	\$ 569,49	\$1.138,98
	Mesas	5	Muebles Ruiz	\$ 30,00	\$150,00
	Sillas	20	Muebles Ruiz	\$ 19,99	\$399,00
	Palancas	4	Marketplace	\$ 84,00	\$340,00
	Video juegos	6	Marketplace	\$ 14,99	\$89,94
Total					\$3.243,36

Fuente: Elaborado por las autoras.

### 3.5.3 Capital de trabajo

Se detalla los recursos que serán utilizados, para tener en regla los permisos de funcionamiento y actividades del establecimiento.

#### **GASTO ÚNICO**

#### **Gastos permisos de funcionamiento para el lodge.**

**Tabla 42:**

*Gastos de permisos de funcionamiento para el lodge*

<b>DETALLE</b>	<b>COSTO</b>
Inscripción registro Mercantil	\$ 37,50
Patente municipal	\$ 51,00
Permiso de construcción	\$ 139,50
Permiso bomberos	\$ 3,50
Permiso ARCSA	\$ 254,00
Licencia anual de funcionamiento	\$ 80,00
1000*1 Ministerio de turismo	\$ 147,00
Total	\$ 712,50

Fuente: Elaborado por las autoras.

#### **Gastos publicitarios del lodge.**

**Tabla 43:**

*Gastos publicitarios del lodge.*

<b>PUBLICIDAD</b>	<b>COSTO</b>
Valla publicitaria	\$ 465.00
Trípticos	\$ 30.00
Plataforma digital	\$ 16.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 511.00</b>

Fuente: Elaborado por las autoras.

### **GASTOS MENSUALES**

Servicios básicos

**Tabla 44:**

*Gastos de los servicios básicos*

<b>DETALLE</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>
Servicio eléctrico	\$ 55,00
Internet	\$ 40,00
Telefonía	\$ 20,00
TV cable	\$ 40,00
Agua potable	\$ 60,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 215,00</b>

Fuente: Elaborado por las autoras.

Gasto de salarios al personal del Lodge.

**Tabla 45:**

*Gastos de los salarios del personal*

<b>N°</b>	<b>CARGO</b>	<b>MENSUAL</b>
1	Gerente	\$ 400,00
1	Camarera	\$ 400,00
1	Recepcionista	\$ 400,00
1	Chef	\$ 400,00
1	Poli funcional	\$ 400,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$2.000,00</b>

Fuente: Elaborado por las autoras.

Gastos de las cuotas mensuales de la inversión

**Tabla 46:**

*Gastos de las cuotas mensuales de la inversión*

<b>CUOTAS</b>		
<b>MES</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CUOTA</b>
120	10,21%	\$1.217,80

Fuente: Elaborado por las autoras.

Gastos alimentación.

**Tabla 47:**

*Gastos de la alimentación*

<b>ALIMENTOS</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PROVEEDORES</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Café	4	Tía	\$ 2,99	\$11,96
Azúcar	15lb	Tía	\$ 0,40	\$6,00
Leche	5	Tía	\$ 0,85	\$4,25
Huevos	25	Tía	\$ 0,12	\$3,00
Aceite	5	Tía	\$ 2,99	\$14,95
Arroz	10lb	Tía	\$ 0,45	\$4,50
Papas	1q	Distribuidor	\$ 9,00	\$9,00
Frutas	12	Tía	\$ 1,00	\$12,00
Especias	5	Tía	\$ 5,00	\$25,00
Condimentos	5	Tía	\$ 5,00	\$25,00
Carne de cerdo	3lb	Tía	\$ 2,25	\$6,75
Carne de pollo	5lb	Tía	\$ 1,15	\$5,75
Carne de res	5lb	Tía	\$ 1,50	\$7,50
Gaseosas	12	Distribuidor	\$ 0,45	\$5,40
Aguas	25	Distribuidor	\$ 0,45	\$11,25
Total				\$152,31

Fuente: Elaborado por las autoras.

### 3.5.4 Total de inversión

En la tabla se detalla los costos por área del establecimiento, dando el total de la inversión del establecimiento.

**Tabla 48:**

*Gastos de las áreas del emprendimiento*

Gastos	DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Áreas	Recepción	\$ 1086,27
	Alojamiento	\$8.725,11
	Restaurante	\$ 3.896,22
	SPA	\$1.777,47
	Zooterapia	\$ 7.176,85
	Sala de juegos	\$3.243,36
Mensuales	Alimentos	\$ 913,86
	Servicios básicos	\$ 1.290
	Pago personal	\$12.000
	Cuotas inversión	\$1.217,80
Únicos	Permiso de funcionamiento	\$712,50
	Construcción	\$107.032,07
	Plan de comercialización	\$511,00
	Terreno	\$39.081,23
Total		\$188.663,74

Fuente: Elaborado por las autoras.

**Total, de la inversión:** \$188.663,74

### **3.5.5 Plan de financiación concepto**

Para la puesta en marcha del emprendimiento cada propietaria aporta con un capital de \$48.516 dando como resultado el valor del capital propio de \$ 97.032 y para cubrir la inversión restante que será el monto de \$ 91.631 se solicita un crédito a una entidad financiera.

## **3.6 Estructura organizativa y administrativa**

### **3.6.1 Misión**

Somos una empresa encaminada y comprometida con el medio ambiente ofreciendo experiencias únicas con la naturaleza y productos autóctonos en un lodge con habitaciones mixtas, brindando comodidad y un excelente servicio destinado a turistas nacionales y extranjeros que busquen salir de la rutina.

### **3.6.2 Visión**

En 5 años, ser reconocidos por nuestra marca ocupando la mente del consumidor como un lodge que busca generar sensaciones agradables y cumplir las expectativas y exigencias de los clientes, logrando un posicionamiento en base al prestigio, obtenido mediante una gestión de calidad, asegurando una rentabilidad responsable para tener estabilidad comprometidos con el medio ambiente.

### **3.6.3 Políticas**

#### **Políticas generales del establecimiento**

- El lodge brindara un servicio de calidad
- El lodge se manejará con políticas en cada área.
- Los clientes deberán acatar las disposiciones emitidas por el lodge.
- No hacer fogatas dentro del establecimiento
- No destruir ni rayar las paredes del establecimiento
- Respetar los horarios establecidos
- Check in: 13:00
- Check out: 12:00
- La hora de entrada al lodge es a partir de las 13h00 en caso contrario debe hacerse con el consentimiento de la persona encargada.

#### **Políticas del restaurante**

- Desayuno de 8:00 a 10:30
- Almuerzo de 12:30 a 14:30
- Cena: 19:00 a 20:30
- Fast food: 10:00 a 18:30

#### **Políticas de niños**

- Pagan mitad de precio los niños menores de 13 años y niños menores de 3 años entran sin costo.

### **Políticas de cancelación**

- Si la cancelación se realiza antes de los 8 días no habrá costo adicional.
- Si la cancelación se realiza antes de los 4 días se aplicará un costo de 10%.
- Si la cancelación se realiza antes de 1 día se aplicará un costo del 50%.

### **Cancelaciones en temporada alta y días festivos**

- Las reservaciones canceladas 20 días tienen un cargo del 10%.
- Las reservaciones canceladas 13 días tienen un cargo del 40%.
- Las reservaciones canceladas con menos de 8 días tienen un cargo del 50%

### **Políticas de la sala de juegos**

- No se admite comida.
- Está prohibido el consumo de bebidas alcohólicas.
- Prohibido fumar.

### **Políticas del área de zooterapia**

- Prohibido alimentar a los animales.
- Reservaciones previas para la terapia.
- No arrojar objetos o agredir a los animales.
- No se aceptan personas sin reservación.

### **Políticas de la piscina**

- Ducharse antes del ingreso a las piscinas.

- Prohibido arrojar basura.
- Prohibido el ingreso de comida a las instalaciones.
- Usar gorra y traje de baño solo se permitirá una prenda para resguardarse del sol (camiseta, blusa).
- Usar zapatillas para evitar accidentes (no correr).

### 3.6.4 Valores

**Lealtad:** Ver la manera de que los empleados se sientan comprometidos para el desarrollo del lodge.

**Fidelidad:** Ser fiel con los colaboradores en el sentido de fomentar un buen desempeño de acorde a los objetivos de la empresa.

**Honestidad:** Ser siempre sinceros con el cliente en cuestiones de precios, calidad y servicio que se va a ofrecer dentro de la empresa.

**Solidaridad:** Ser solidario con cada uno de los colaboradores y de ser el caso con la colectividad que rodea nuestra empresa en el ámbito social.

**Puntualidad:** Brindar un servicio puntual y de calidad a nuestros clientes.

**Amabilidad:** Tener un trato amable tanto con nuestros colaboradores, clientes y demás que visiten nuestro establecimiento.

**Responsabilidad:** Ser responsable con nuestros colaboradores en el tema de sueldos, con nuestra clientela en el tema de buen servicio y con la sociedad en el tema de ser amigables con el medio ambiente.

**Camaradería:** Tener una relación amistosa y cordial tanto con nuestros clientes y colaboradores.

### 3.6.5 Marca e imagen corporativa

**Figura 13:**

*Logo del lodge*



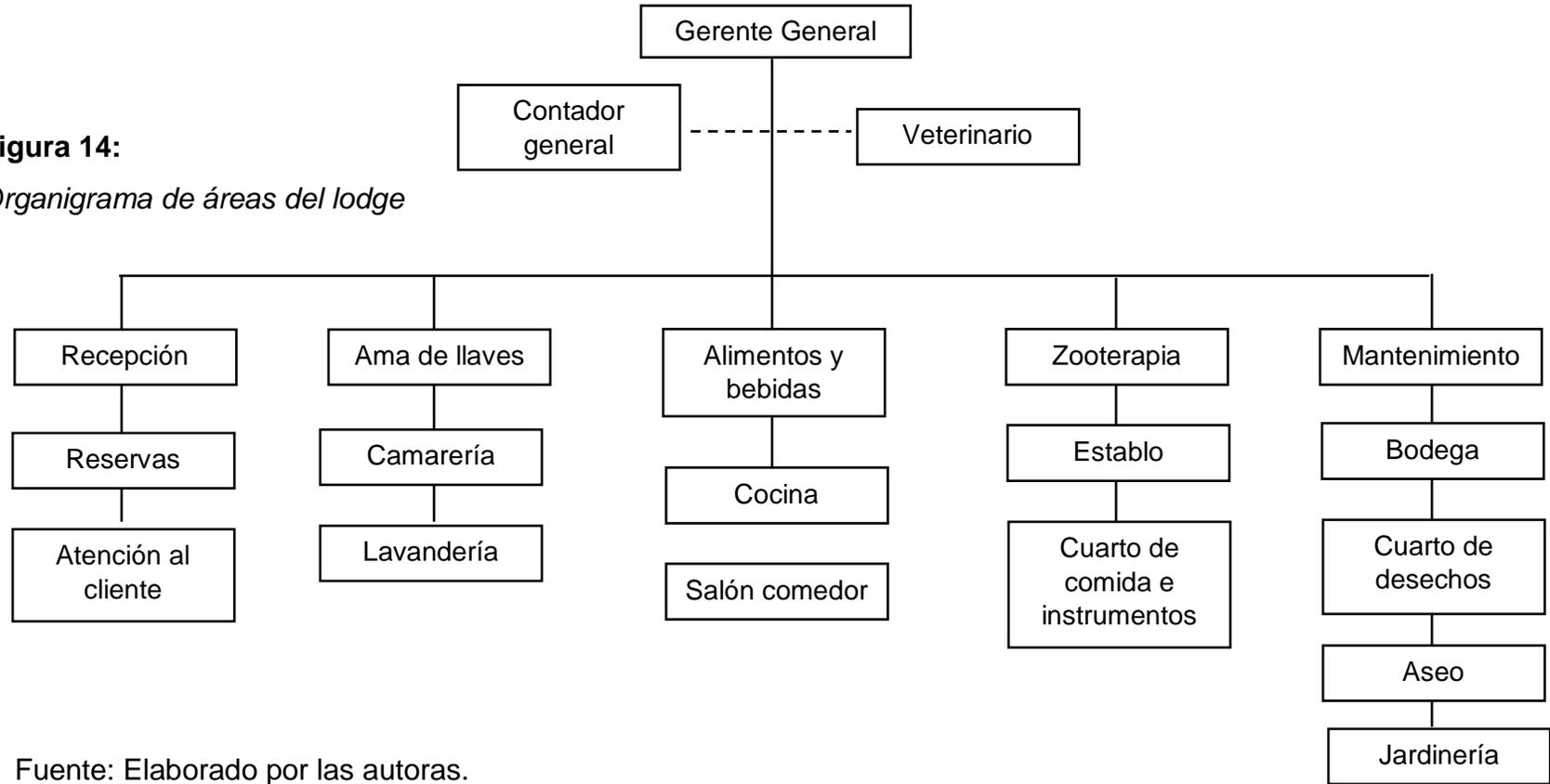
*Fuente: Elaboración propia*

### 3.6.6 Organigrama

Para la operación de Wisteria Lodge se propone dos organigramas de manera ordenada con las funciones y el personal de trabajo del establecimiento, reflejando así la organización e información de cada área.

**Figura 14:**

*Organigrama de áreas del lodge*

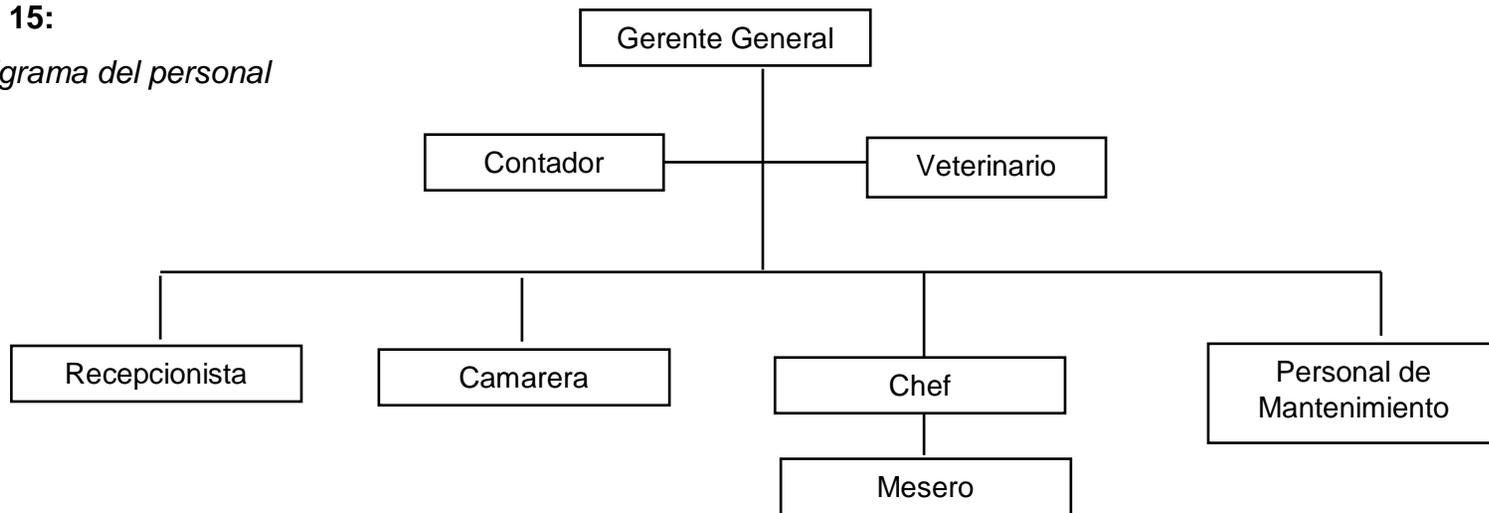


Fuente: Elaborado por las autoras.

**Nota:** El contador general y veterinario es personal de apoyo para el emprendimiento, sus servicios son requeridos en tiempos determinados.

**Figura 15:**

*Organigrama del personal*



Fuente: Elaborado por las autoras.

**Nota:** El contador general y veterinario es personal de apoyo para el emprendimiento, sus servicios son requeridos en tiempos determinados.

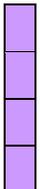
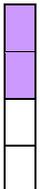
### 3.6.7 Manual de funciones

El manual de funciones estructurado de Wisteria lodge abarca documentos con datos necesarios de las personas que trabajan en el establecimiento, para facilitar la evaluación de la gestión en el interior del lodge.

### FICHAS DE TRABAJO

**Figura 16:**

*Ficha de trabajo del gerente general*

	<b>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</b>	Código:	FT.01
		Edición:	1
		Fecha:	20/06/2021
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</b> Gerente general			
<b>OPERADORES</b>			
<b>FUNCIONES:</b>			
	Planeación Organización Logística interna Logística externa		Atención al cliente Administración Mantenimiento Producción
<b>RESPONSABILIDADES:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación, organización y supervisión de actividades del Lodge</li> <li>• Administración de los recursos y su correcta coordinación para las actividades.</li> <li>• Conducción estratégica de la organización, encaminada al engrandecimiento de la misma.</li> <li>• Toma de decisiones vitales para el funcionamiento y el bienestar de la empresa.</li> <li>• Motivar, supervisar al equipo y personal de trabajo.</li> <li>• Entrevistar a los trabajadores</li> <li>• Garantizar que el personal cumpla con la normativa.</li> </ul>			
<b>COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO</b>			
<b>FORMACIÓN</b>			

Licenciatura en administración de empresas o un campo relacionado.

#### EXPERIENCIA

Experiencia como gerente general o en un puesto ejecutivo similar, tener conocimientos sobre las funciones de finanzas, recursos humanos, compras y operaciones del establecimiento.

#### APTITUDES

Capacidad de liderazgo.

Dominio de expresión oral y escrita.

Compromiso y honestidad con el lodge

OBSERVACIONES:

Firma:

Fecha: \_20\_/06\_/2021\_

Fuente: Elaborada por las autoras.

**Figura 17:**

*Ficha de trabajo del chef*

 <p>WISTERIALODGE SU PUESTO QUERIDO PARA EXPERIMENTAR MÁS</p>	<b>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</b>		Código:	FT.02		
			Edición:	2		
			Fecha:	20/06/2021		
<p><b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</b> Chef</p> <p><b>OPERADORES</b></p> <p><b>FUNCIONES:</b></p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>Compras</li> <li>Proveedores</li> <li>Calidad</li> <li>Alimentación</li> <li>Producción</li> </ul> </td> <td style="width: 50%; border: none;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>Menaje</li> <li>Planificación del menú</li> <li>Distribución de tareas</li> <li>Tareas administrativas</li> <li>Logística interna</li> </ul> </td> </tr> </table>					<ul style="list-style-type: none"> <li>Compras</li> <li>Proveedores</li> <li>Calidad</li> <li>Alimentación</li> <li>Producción</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menaje</li> <li>Planificación del menú</li> <li>Distribución de tareas</li> <li>Tareas administrativas</li> <li>Logística interna</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Compras</li> <li>Proveedores</li> <li>Calidad</li> <li>Alimentación</li> <li>Producción</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menaje</li> <li>Planificación del menú</li> <li>Distribución de tareas</li> <li>Tareas administrativas</li> <li>Logística interna</li> </ul>					
<p><b>RESPONSABILIDADES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación y elaboración de los platos.</li> <li>• Evaluar los productos y proveedores.</li> <li>• Limpieza y orden de la cocina.</li> <li>• Distribución de tareas en la cocina.</li> <li>• Distribución de tareas al personal.</li> <li>• Realizar tareas administrativas.</li> <li>• Supervisar las funciones de la cocina.</li> </ul>						
<p><b>COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO</b></p> <p><b>FORMACIÓN</b></p> <p>Licenciatura en gastronomía o un campo relacionado.</p> <p><b>EXPERIENCIA</b></p> <p>Experiencia en restaurantes o instalaciones que sirvan comida.</p> <p><b>APTITUDES</b></p> <p>Capacidad de liderazgo.</p> <p>Dominio de expresión oral.</p> <p>Compromiso y honestidad con el lodge.</p> <p>Crear un ambiente laboral agradable.</p>						
<p><b>OBSERVACIONES:</b></p>			<p>Firma:</p> <p>Fecha: <u>  20  </u>/<u>  06  </u>/<u>  2021  </u></p>			

Fuente: Elaborada por las autoras.

## Figura 18:

### Ficha de trabajo de la camarera

 WISTERIALODGE	<b>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</b>	<b>Código:</b>	FT.03
		<b>Edición:</b>	3
		<b>Fecha:</b>	20/06/2021
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</b> Camarera			
<b>OPERADORES</b>			
<b>FUNCIONES:</b>			
 Compras	 Distribución de materias primas		
 Limpieza y menaje	 RR.HH. / Administración		
 Calidad	 Actividades de servicio		
 Logística externa	 Logística interna		
 Producción	 Atención al cliente		
<b>RESPONSABILIDADES:</b>			
<b>COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO</b>			
<b>FORMACIÓN</b>			
Curso de camarería de piso.			
<b>EXPERIENCIA</b>			
Prácticas en hoteles.			
<b>APTITUDES</b>			
Capacidad de liderazgo.			
Dominio de expresión oral.			
Compromiso y honestidad con el lodge.			
Crear un ambiente laboral agradable.			
<b>OBSERVACIONES:</b>		<b>Firma:</b>	
		<b>Fecha:</b>	_20_/06_/2021__

Fuente: Elaborada por las autoras.

**Figura 19:**

*Ficha de trabajo del recepcionista*

	<b>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</b>	Código:	FT.04
		Edición:	4
		Fecha:	20/06/2021
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</b> Recepcionista			
<b>OPERADORES</b>			
<b>FUNCIONES:</b>			
	Reservas		Clasificar y enviar correspondencia
	Calidad		Preparación de facturas
	Logística interna		Diseñar el producto
	Atención al cliente		Logística externa
	Cobros		Archivar documentos
<b>RESPONSABILIDADES:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención del cliente</li> <li>• Manejo del sistema de reservaciones</li> <li>• Responder, atender llamadas y mensajes.</li> <li>• Resolver inconvenientes de los clientes.</li> <li>• Recibir pagos y archivar recibos.</li> <li>• Creación de agendas.</li> <li>• Venta del producto.</li> </ul>			
<b>COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO</b>			
<b>FORMACIÓN</b>			
Licenciatura en gestión hotelera y turismo.			
<b>EXPERIENCIA</b>			
Experiencia en hoteles, creación de agendas, reservas hoteleras.			
<b>APTITUDES</b>			
Dominación de idiomas			
Empatía			
Capacidad de trabajar en equipo			
<b>OBSERVACIONES:</b>		Firma:	
		Fecha: <u>  </u> / <u>  </u> / <u>  </u> 2021 <u>  </u>	

Fuente: Elaborada por las autoras.

**Figura 20:**

*Ficha de trabajo del poli funcional*

	<b>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</b>	Código:	FT.05
		Edición:	5
		Fecha:	20/06/2021
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</b> Poli funcional <b>OPERADORES</b> <b>FUNCIONES:</b>			
	Compras Atención al cliente Calidad Logística externa Limpieza y menaje Diseño del proceso		Mantenimiento del establecimiento Ayudante en las áreas
<b>RESPONSABILIDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpieza y menaje del establecimiento.</li> <li>• Ayudante de cocina.</li> <li>• Ayudante en la zona húmeda</li> <li>• Atención de huéspedes y clientes</li> <li>• Ayudante en zooterapia</li> <li>• Ayudante en el alojamiento</li> </ul>			
<b>COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO</b>			
<b>FORMACIÓN</b> Bachiller en ciencias.			
<b>EXPERIENCIA</b> Experiencia en hoteles, restaurantes y demás servicios (poli funcional).			
<b>APTITUDES</b> Dominio de expresión oral. Compromiso y honestidad con el lodge. Crear un ambiente laboral agradable.			
<b>OBSERVACIONES:</b>		Firma: Fecha: <u>  20  </u> / <u>  06  </u> / <u>  2021  </u>	

Fuente: Elaborada por las autoras.

**Figura 21:**

*Ficha de trabajo del contador general*

	<b>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</b>	Código:	FT.06
		Edición:	6
		Fecha:	20/06/2021
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</b> Contador general			
<b>OPERADORES</b>			
<b>FUNCIONES:</b>			
Registros mensuales y anuales	y	Balances de estados	
Responsabilidades empresarias		Asesoría a la empresa	
Documentación legal		Inventarios	
Finanzas			
Contabilidad			
Logística interna			
<b>RESPONSABILIDADES:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registro mensual y anual de documentos y compras del establecimiento.</li> <li>• Seguimiento de responsabilidades empresariales.</li> <li>• Documentación legal del lodge</li> <li>• Balances de estado de ganancia y pérdidas.</li> <li>• Realizar balances de estados</li> <li>• Elaboración de inventarios</li> <li>• Asesoría tributaria a la empresa.</li> </ul>			
<b>COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO</b>			
<b>FORMACIÓN</b>			
Licenciatura en contabilidad o campo relacionado			
<b>EXPERIENCIA</b>			
Experiencia en hoteles, u otra área que estén obligados a llevar contabilidad.			
<b>APTITUDES</b>			
Liderazgo			
Dominio de expresión oral.			

Compromiso y honestidad con el lodge. Crear un ambiente laboral agradable. Responsable	
OBSERVACIONES:	Firma:
	Fecha: <u>  20  </u> / <u> 06  </u> / <u>2021  </u>

Fuente: Elaborada por las autoras.

**Figura 22:**

*Ficha de trabajo del veterinario*

	<b>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</b>	Código:	FT.07																														
		Edición:	7																														
		Fecha:	20/06/2021																														
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</b> Veterinario <b>OPERADORES</b> <b>FUNCIONES:</b>																																	
<table border="0"> <tr> <td style="background-color: #ccccff;"> </td> <td>Logística interna</td> <td rowspan="6" style="vertical-align: middle; text-align: center;">de</td> <td style="background-color: #ccccff;"> </td> <td>Vacunaciones</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #ccccff;"> </td> <td>Prevención</td> <td style="background-color: #ccccff;"> </td> <td>Necesidades médicas</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #ccccff;"> </td> <td>enfermedades</td> <td style="background-color: #ccccff;"> </td> <td></td> </tr> <tr> <td style="background-color: #ccccff;"> </td> <td>Diagnosticar</td> <td style="background-color: #ccccff;"> </td> <td></td> </tr> <tr> <td style="background-color: #ccccff;"> </td> <td>Pronosticar</td> <td style="background-color: #ccccff;"> </td> <td></td> </tr> <tr> <td style="background-color: #ccccff;"> </td> <td>Calidad</td> <td style="background-color: #ccccff;"> </td> <td></td> </tr> <tr> <td style="background-color: #ccccff;"> </td> <td>Examinar animales</td> <td style="background-color: #ccccff;"> </td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		Logística interna	de		Vacunaciones		Prevención		Necesidades médicas		enfermedades				Diagnosticar				Pronosticar				Calidad				Examinar animales				<b>RESPONSABILIDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuidado de animales</li> <li>• Revisión médica de animales</li> <li>• Vacunas necesarias</li> <li>• Prevenir las enfermedades de los animales</li> <li>• Examinación frecuente de los animales</li> </ul>		
	Logística interna	de			Vacunaciones																												
	Prevención				Necesidades médicas																												
	enfermedades																																
	Diagnosticar																																
	Pronosticar																																
	Calidad																																
	Examinar animales																																

COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO	
FORMACIÓN	
Licenciatura en medicina veterinaria	
EXPERIENCIA	
Tener experiencia previa y una especialización en veterinaria.	
APTITUDES	
Persona sana física y mentalmente.	
Profundo amor por los animales.	
Respeto por la vida.	
Capacidad para trabajar en equipo.	
Interés por resolver problemas relacionados con la salud y la producción animal.	
OBSERVACIONES:	Firma:  Fecha: <u>  20  </u> / <u> 06  </u> / <u> 2021  </u>

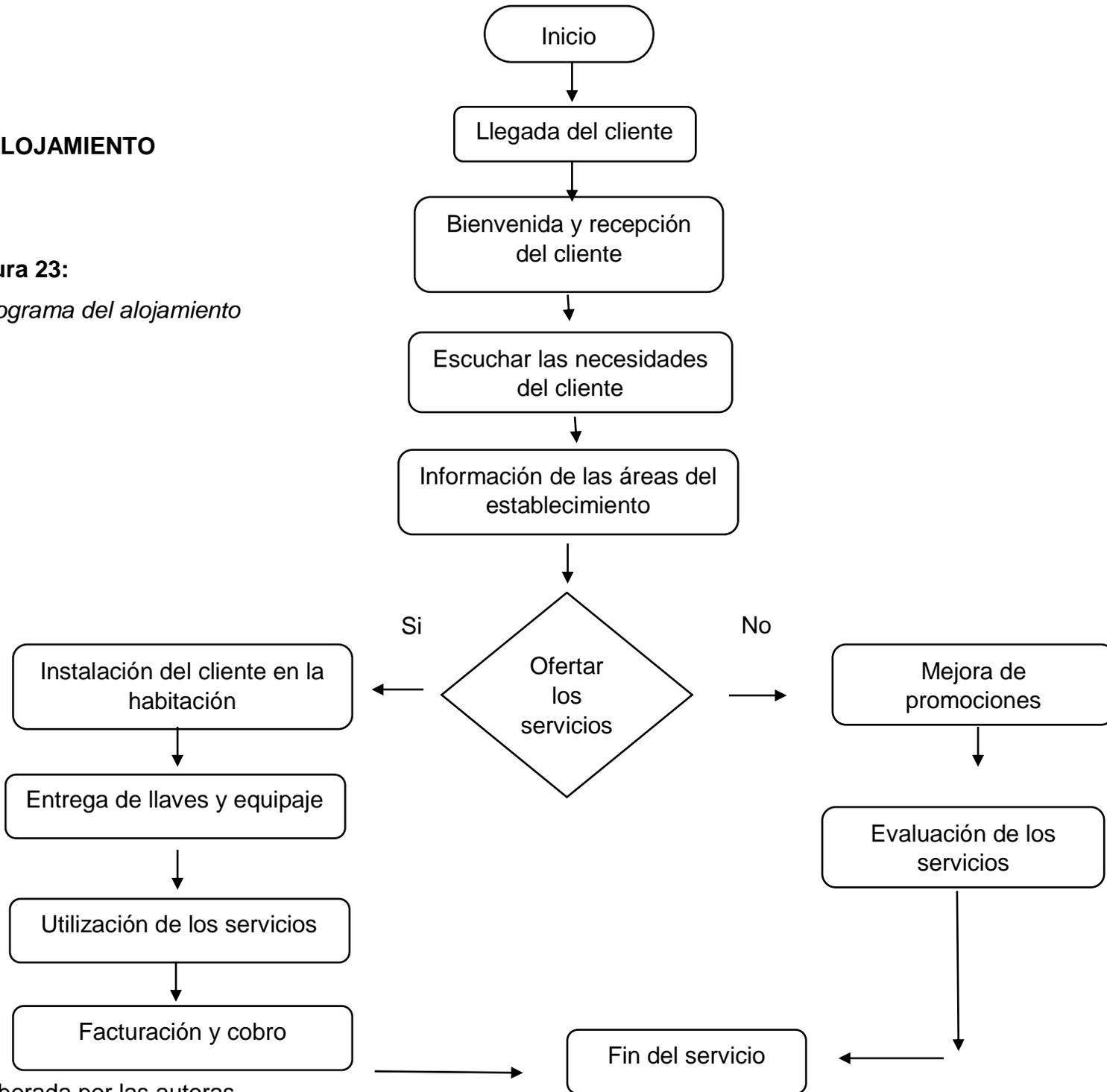
Fuente: Elaborada por las autoras.

### 3.6.8 Flujograma de actividades

El flujograma de procesos de Wisteria lodge describe la secuencia de las actividades que se realiza al momento de que un cliente llegue al establecimiento, además de facilitar una buena comunicación hacia los empleados para saber el proceso de principio a fin.

## ALOJAMIENTO

**Figura 23:**  
*Flujograma del alojamiento*

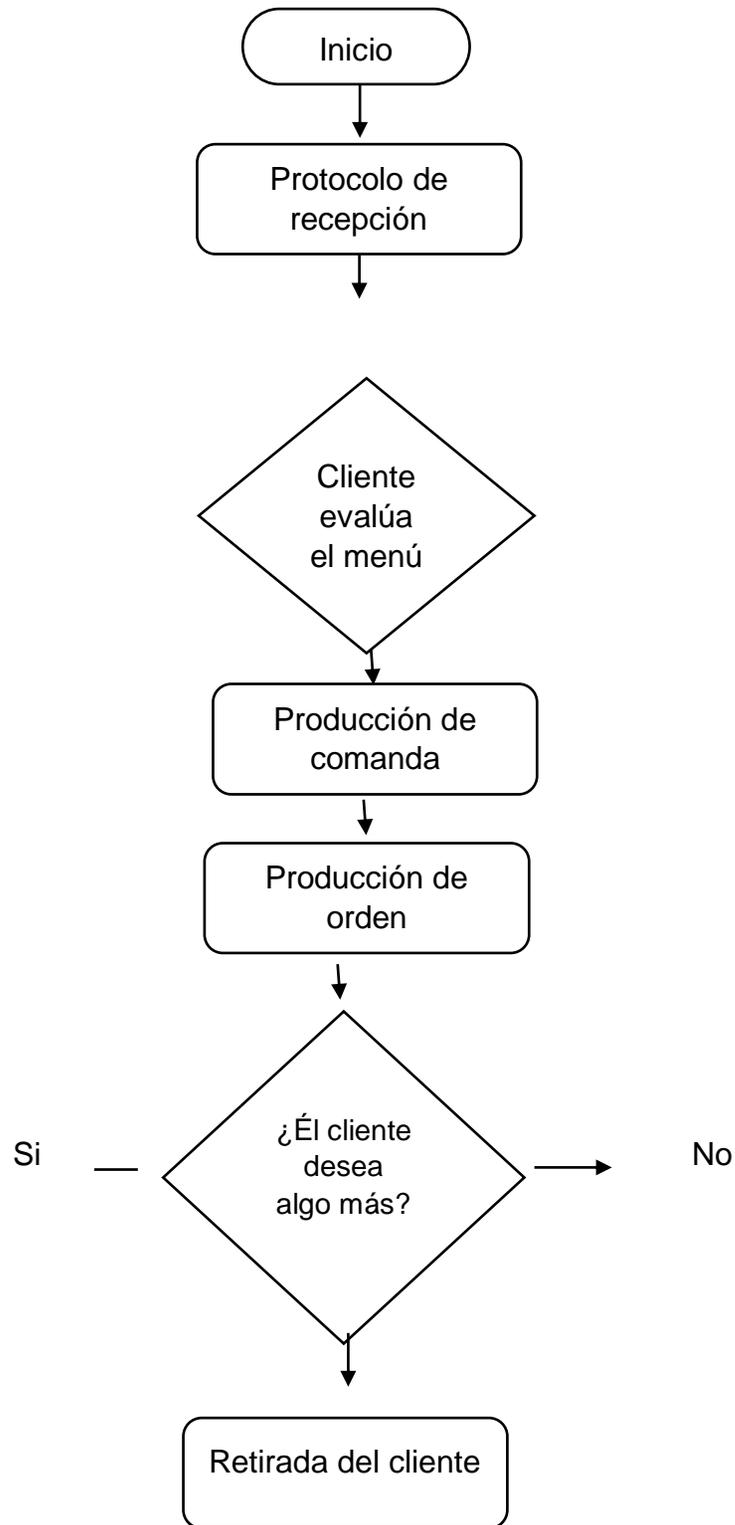


Fuente: Elaborada por las autoras.

## RESTAURACIÓN

Figura 24:

*Flujograma de restauración*

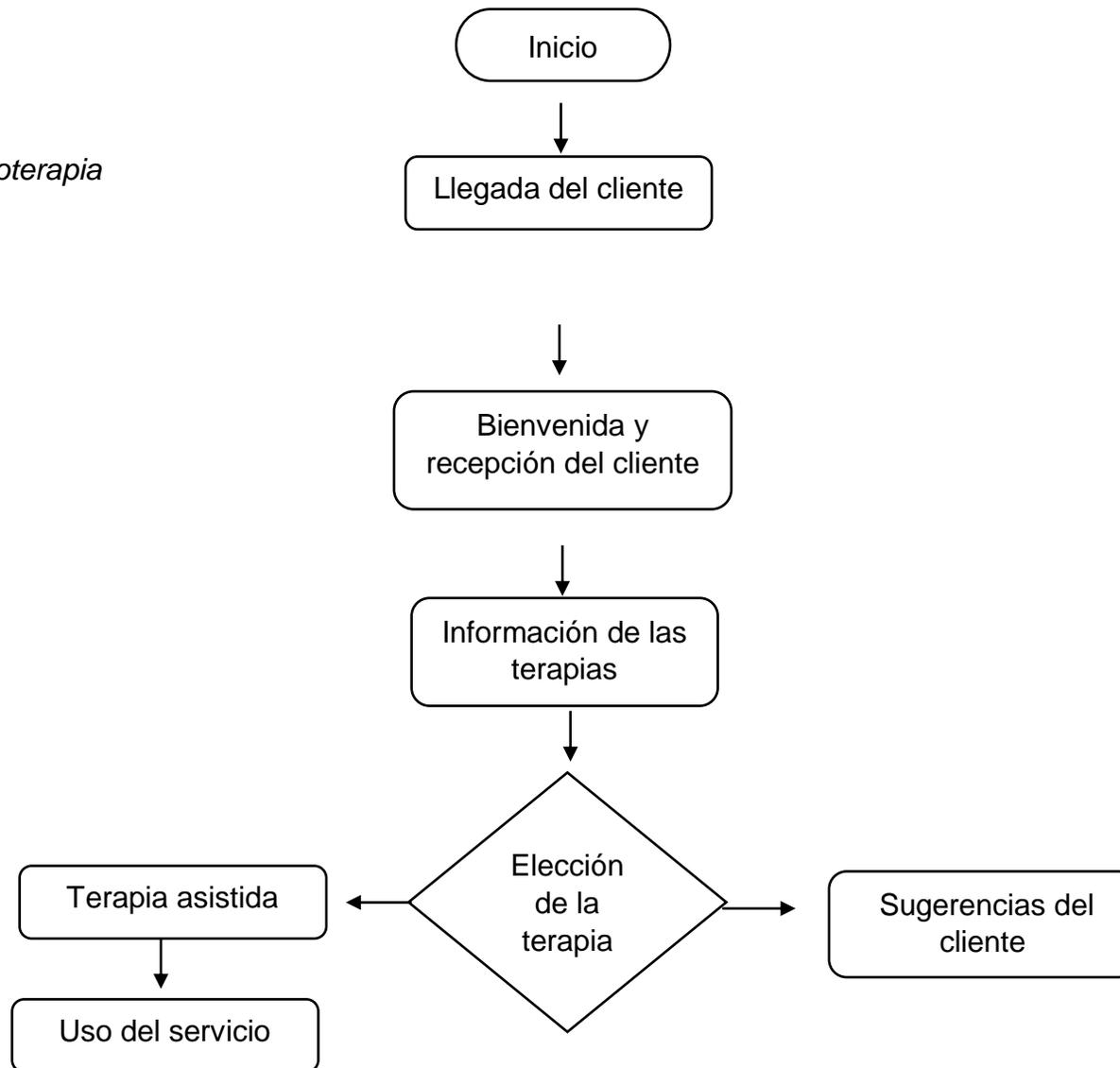


Fuente: Elaborada por las autoras.

## ZOOTERAPIA

**Figura 25:**

*Flujograma de zooterapia*

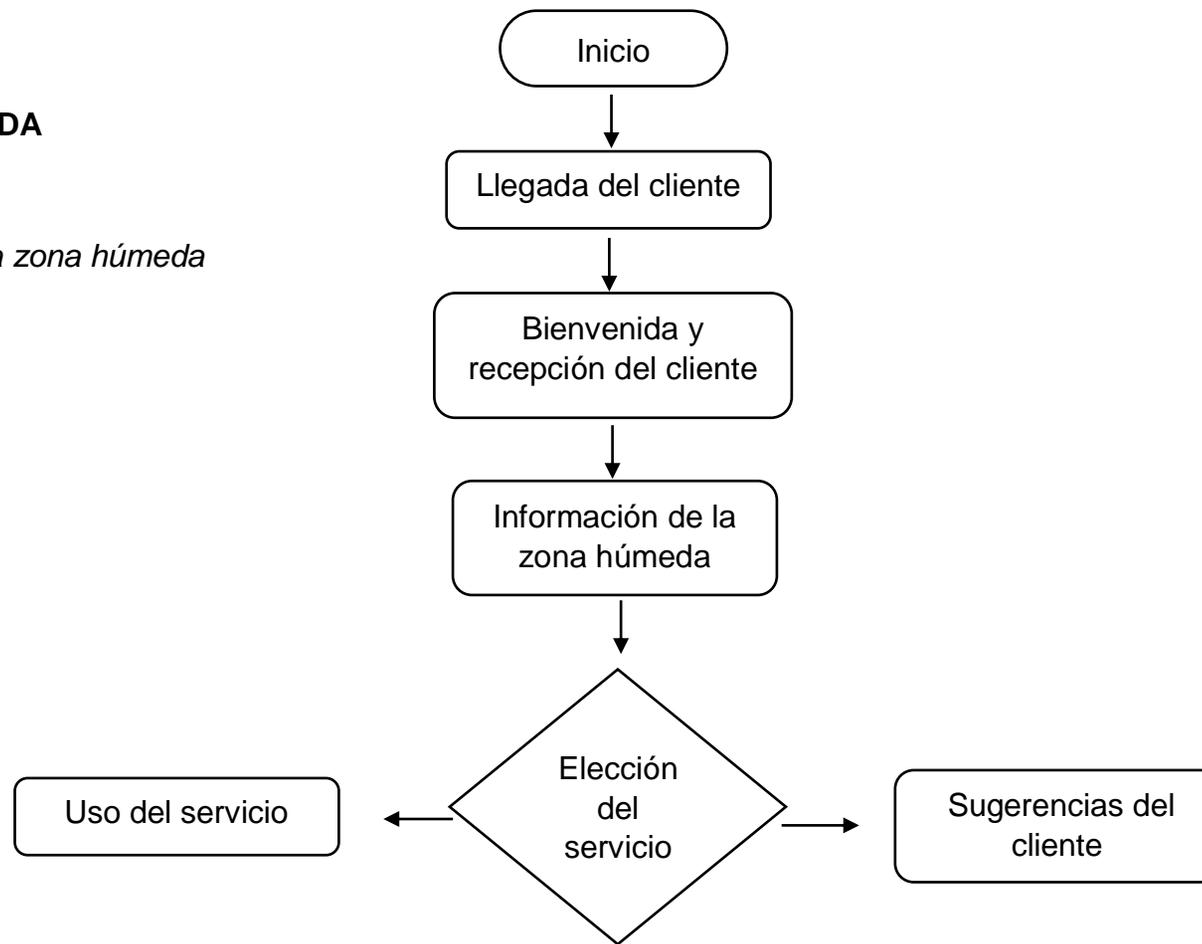


Fuente: Elaborada por las autoras.

**ZONA HÚMEDA**

**Figura 26:**

*Flujograma de la zona húmeda*

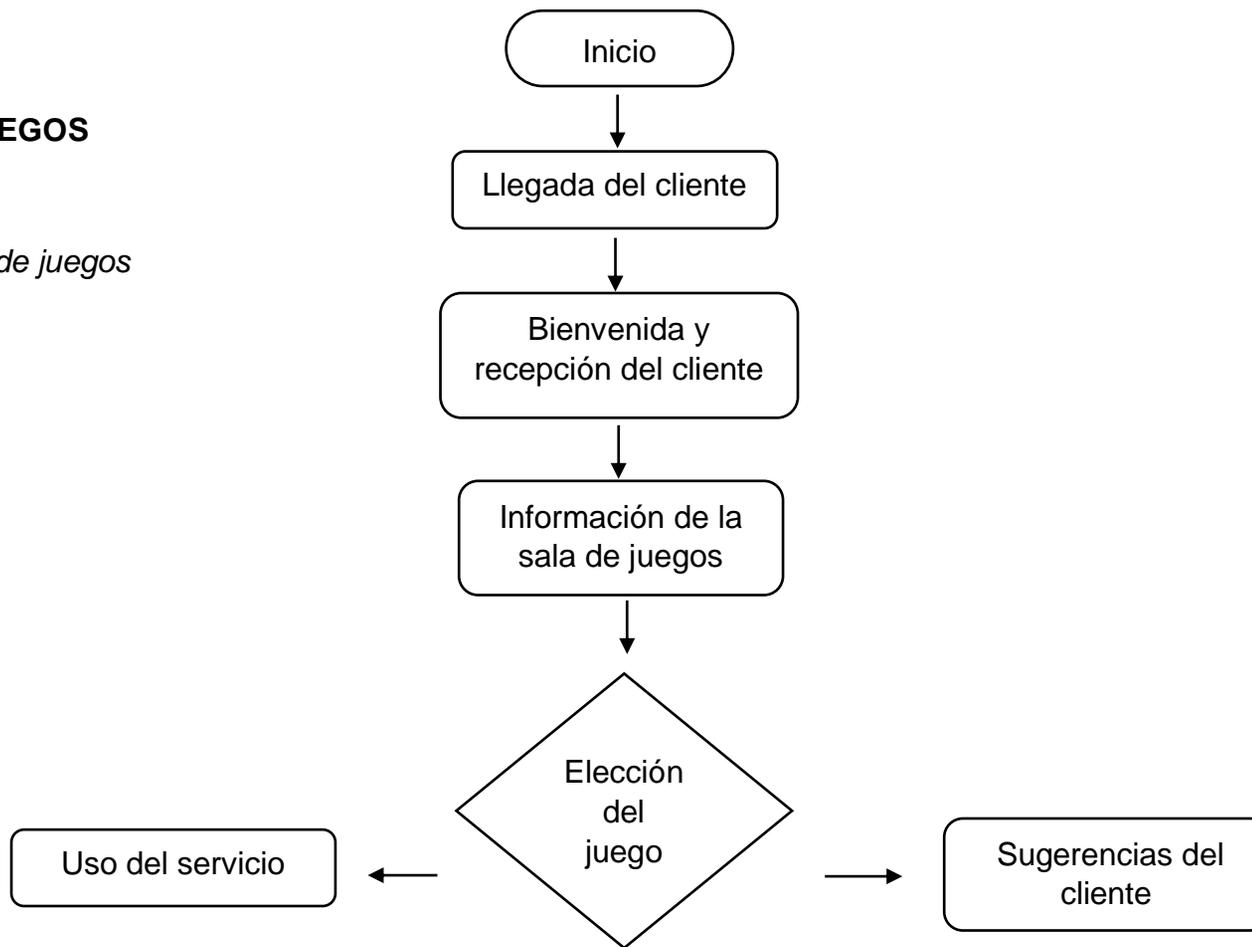


Fuente: Elaborada por las autoras.

## SALA DE JUEGOS

**Figura 27:**

*Flujo de la sala de juegos*



Fuente: Elaborada por las autoras.

### **3.6.9 Descripción del flujograma**

Al ingresar un turista al establecimiento uno de los colaboradores lo esperara en la entrada y lo saludara cordialmente, lo guiara hacia la recepción, se le dará la bienvenida con un refresco de Jamaica y se establecerá un diálogo para escuchar sus necesidades, de la misma manera se le brindara información sobre todas las áreas del lugar, se hará la entrega de las llaves de su habitación en caso de que desee hospedarse y también obtendrán un tríptico indicando los horarios y descripciones de cada área para que puedan dirigirse con facilidad, en el mismo encontraremos las promociones y servicios que se oferta, posteriormente una persona le dirigirá al servicio escogido con anterioridad y volverá a recordarle el horario.

Finalmente, una vez culminado el uso de los servicios del establecimiento la persona se acercará a cancelar en recepción, una persona le ayudara con su equipaje hasta su vehículo y se le agradecerá por preferirnos, se le deseara un excelente retorno.

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

Requisitos Obligatorios para el obtener el certificado de Registro de Turismo de acuerdo a los parámetros establecidos en la Ley de Turismo y sus reglamentos específicos:

- Cargar en el sistema SITURIN los siguientes requisitos:
- Registro Único de Contribuyentes - RUC (interoperado)
- Permiso de uso de suelo o su equivalente
- Tarifas rack o mostrador

### **Pasos para realizar el trámite:**

- Ingresar a la plataforma SITURIN
- Registrar el usuario en plataforma SITURIN (El sistema le solicitará su correo electrónico, su número de cédula, su número de RUC)
  - Recibir correo de notificación con la contraseña para que pueda activar su cuenta y seguir con la solicitud
  - Ingresar al sistema con el CORREO y contraseña que fueron validados al momento de realizar el registro
  - Cumplir 3 pasos que le presenta el sistema:
    - Paso 1. Información de la Persona Natural
    - Paso 2. Información del Establecimiento
    - Paso 3. Información del registro, reclasificación, re categorización, reingreso y/o actualización (En esta sección debe escoger la actividad turística de alojamiento y la respectiva clasificación y categoría)
  - Llenar requisitos de acuerdo a la clasificación y categoría seleccionadas
  - Enviar solicitud a Ministerio de Turismo mediante la Plataforma SITURIN (MINISTERIO DE TURISMO, 2021).

### **Constitución legal del establecimiento según el tipo de compañía:**

La compañía pertenece al tipo de sociedad por acciones simplificada debido a que está constituida por dos socias las cuales son personas naturales.

### **Requisitos:**

- Certificado electrónico del accionista (Firma Electrónica).
- Reserva de denominación (ver trámite en línea Reserva de Denominación).
- Acto constitutivo o contrato constitutivo.

- Nombramiento(s) de Representante Legal.
- Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en el sistema, esto es: Tipo de solicitante, Nombre completo, Número de identificación, Correo electrónico, Teléfono convencional y/o teléfono celular, Provincia, Ciudad, Dirección, Copia(s) de cédula o pasaporte.

### **Como realizar el trámite:**

1. Ingresar al portal web [www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec), sección GUIAS PARA EL USUARIO/ SECTOR SOCIETARIO/ SAS, y descargar formatos de documentos: Acto/Contrato y Nombramiento.

2. Llenar los campos habilitados en cada uno de los formatos y firmar los documentos electrónicamente.

Si en la reserva de denominación NO se especificó correctamente la dirección domiciliaria que tendrá la compañía, deberá llenar adicionalmente el "Formulario de Registro de Dirección Domiciliaria". El cual puede descargar del portal web institucional, en la sección GUIAS PARA EL USUARIO/ SECTOR SOCIETARIO/ FORMULARIOS.

3. Enviar los documentos a la cuenta de correo electrónico de la oficina correspondiente.

4. El trámite no tiene costo.

### **Los documentos requeridos son:**

- Solicitud de Constitución.
- Archivo PDF que contenga Acto / Contrato Privado + Reserva debidamente firmado electrónicamente.

- Archivo PDF por cada nombramiento, debidamente firmado electrónicamente.

- Archivo PDF que contenga la nómina de accionistas y administradores.

- Copia de las respectivas cédulas o pasaportes.

- Con la solicitud recibida se creará un trámite de constitución S.A.S.

- La información referente al inicio del proceso de constitución será enviada al correo electrónico del solicitante.

- El trámite será revisado y gestionada por el área de Registro de Sociedades. Durante dicha gestión de ser necesario se enviará correos electrónicos al solicitante para subsanar cualquier observación del proceso.

- De no existir observaciones o luego de superadas, se procederá a generar las razones de inscripción del contrato y del o los nombramientos, según el caso.

- La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros comunicará vía correo electrónico al solicitante la finalización del proceso con toda la información referente a la nueva compañía constituida, adjuntándose las razones de inscripción correspondiente (MINISTERIO DE TURISMO, 2020).

## CAPITULO IV

### 4. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING

#### 4.1 Nombre comercial de la empresa.

Se define el nombre comercial de la empresa como una herramienta fundamental para la identificación del emprendimiento y el servicio a ofertar.

**Marca:** WISTERIALODGE ofrece un mundo mágico, no solo por sus colores, aromas y exclusivos diseños en las cabañas en forma de pirámide, sino por el excelente servicio que recibirás al llegar al establecimiento, además de compartir experiencias únicas con animales especializados en zooterapia, salir de la rutina y relajarte en la zona húmeda, degustar una oferta gastronómica, los juegos electrónicos y de mesa son una opción perfecta para la diversión del consumidor.

#### Figura 28:

*Logo del lodge*



*Fuente: 2 Tomado de Paint*

**Logo:** La forma de hexágono hace referencia a la sinergia que significa todos trabajando en conjunto para formar un buen equipo de trabajo, alrededor se distribuye la enredadera Wisteria de colores violeta y rosa en honor a la misma se ha decidido colocar el nombre Wisteria lodge ya que estará adornando todo el establecimiento, trayendo encanto y un exquisito aroma, en medio de la W tenemos el modelo de las acogedoras cabañas que ofrece el servicio de alojamiento en medio de la naturaleza, encontrando un momento de relajación.

**Tipo:** Wisteria utiliza como logo un imago tipo, debido a la combinación de la imagen y el texto.

**Tipografía:** La fuente Bahnschrift es perfecta para proyectos de marca, diseños de artículos para el hogar, empaque de productos, o simplemente como una superposición de texto elegante en cualquier imagen de fondo (Bell, 2014).

#### **Gama de cromática del lodge:**

**Azul:** El color azul en Wisteria lodge representa la integridad profesional con la que se brindaran los servicios, de la misma manera la calma que le producirá estar en el lodge.

**Café:** Representa la naturaleza que rodea el lugar y los materiales de los cuales está elaborado el establecimiento.

**Rosa:** Busca encantar al turista dándole un toque romántico, delicado y a la vez divertido asociado a la decoración que se encuentra en cada rincón.

**Violeta:** Demuestra el lujo, misterio, espiritualidad y hace mención a los valores establecidos del lodge.

*Ven, Tómate un descanso*

Después de una jornada larga de trabajo, el estrés de vivir con fuertes sonidos en la ciudad y de la rutina diaria, querrás renunciar a todo para encontrar un mundo en el que te genere paz junto a la naturaleza y los animales, personas que te consientan, te traten amablemente y obtener grandes beneficios para tu salud.

## **4.2 Canales de distribución**

Wisterialodge usa los canales de distribución que son un pilar fundamental para poner a disposición los servicios del fabricante al consumidor final, mediante instituciones mayoristas que ayudan a obtener una amplia cartera de clientes.

### **Canal directo**

Se utiliza el canal directo ya que hay una conexión cliente-empresa en donde el consumidor llega al establecimiento por su voluntad y adquiere el producto o servicio de forma satisfactoria.

**Figura 29:**

*Canal directo*



Fuente:Elaborado por las autoras.

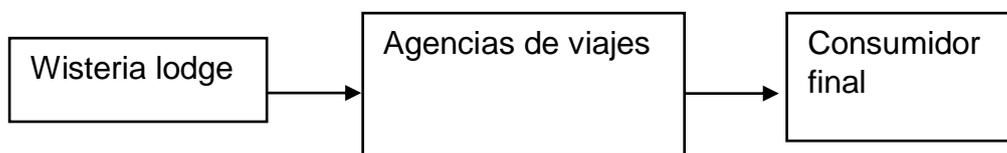
## Canales indirectos:

### Canal indirecto corto

A través de este canal se busca la forma de llegar a personas interesadas en el servicio, distribuyendo información y utilizando como un modo de intermediación a las redes sociales como son anuncios publicitarios mediante Facebook o Instagram conquistando así la mente del consumidor final.

#### Figura 30:

*Canal indirecto corto*



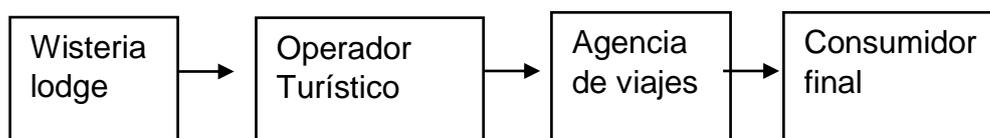
Fuente: Elaborado por las autoras.

### Canal indirecto largo

Una de las maneras de establecer una relación entre el establecimiento y el consumidor final es utilizar un tipo de convenio con tour operadoras quienes por medio de agencias de viaje ayudan a conocer la marca, en este caso trabajaremos con Intipungo una agencia de viajes reconocida y establecida en más de una ciudad.

#### Figura 31:

*Canal indirecto largo*



Fuente: Elaborado por las autoras.

### **4.3 Promoción del marketing**

Las herramientas de promoción son elementos fundamentales a la hora de realizar estrategias de marketing en Wisteria, las mismas que ayudaran a una excelente comunicación con el consumidor.

#### **PUBLICIDAD**

Transmitir un mensaje al consumidor es el objetivo de Wisteria, promocionando la marca mediante anuncios publicitarios llamativos, que permitirán permanecer en la mente del consumidor y provocar la sensación de compra de los servicios ofertados.

#### **Infraestructura**

**Valla publicitaria:** Es importante captar la atención de los clientes, la valla publicitaria emite un mensaje claro sobre la marca de Wisteria dando a conocer los servicios ofertados del lodge.

#### **Material impreso**

**Trípticos:** Brinda información clara del servicio ofertado en el lodge, dando a conocer los horarios de atención y promociones.

#### **Plataforma digital**

**Redes sociales:** Son de suma importancia ya que se ha vuelto una herramienta indispensable para las personas al momento de realizar búsquedas

y compras en línea en ellas se encuentra un sin número de contenido que atrae la atención de los consumidores, como Instagram, Facebook y WhatsApp.

**Tabla 49:**

*Costos de la publicidad del lodge*

<b>PUBLICIDAD</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Valla publicitaria	1	\$465.00	\$ 465.00
Trípticos	150	\$ 0.20	\$ 30.00
Plataforma digital	1	\$16.00	\$ 16.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$511.00</b>

Fuente: Elaborado por las autoras.

**Nota:** Los costos establecidos se fijan en base al convenio con las empresas que realizaran la materia prima.

## **RELACIONES PUBLICAS**

Mediante procesos de comunicación Wisteria crea convenios con empresas para lograr beneficios y comunicar la marca de una manera amplia y positiva.

### *Patrocinios*

Crear convenios con personas y entidades reconocidas ayuda a difundir la marca del establecimiento, de esta manera Wisteria aparece en varios lugares beneficiando a la marca, por medio de esto las personas conocen más de ella y el producto se hace viral fortaleciendo la imagen de la empresa.

## **VENTAS PERSONALES**

El objetivo de Wisteria es tener una mejor proyección personal y laboral, para potencializar la marca es necesario mantenerse en constantes capacitaciones, participar en eventos y continuamente actualizar las redes sociales, para transmitir una imagen impecable al consumidor.

El personal de Wisteria se encargará de fomentar las ventas hacia los consumidores de una manera directa, promocionando así los servicios ofertados en el lodge.

## **PROMOCIÓN DE VENTAS**

La finalidad de este campo es disparar las ventas mediante incentivos y comunicación, para captar la atención del consumidor, tomando ventaja en el mercado con la intención de hacer que el turista compre a corto plazo.

### **Regalos**

Por la estadía de 1 noche en el emprendimiento se obsequiará un pequeño souvenir a los clientes, que consta de un bolígrafo y un pequeño frasco de alcohol grabados con la marca de la empresa.

### **Ofertas**

En los días festivos se crearán ofertas exclusivas, con el 10% de descuento en todos los servicios ofertados, además tendremos los días miércoles y viernes un 2\*1 en los servicios de SPA Y zooterapia.

## **Fam Trip**

La estrategia consiste en ofertar el producto a influencers más reconocidos del Ecuador, haciendo una invitación a la inauguración del Wisteria lodge y ofreciendo una cortesía por nuestros servicios, a su vez brindando una experiencia diferente, para difundir los servicios a mayor escala, logrando mantener la marca en la mente del consumidor.

Ven y visita nuestras instalaciones de Wisteria lodge, vivirás una experiencia única e inolvidable gracias a los espacios adecuados, pensados en las necesidades y exigencias de complacer a nuestros clientes.

El paquete consta de dos días completos por el emprendimiento, el día empieza a las 7 de la mañana con un exquisito desayuno con productos de la zona : huevos revueltos con tocino, café o leche jugo de mora, tomate de árbol o naranja, sánduche de jamón y queso, luego se ofrece una bienvenida por parte de las propietarias y se acompaña a cada persona a su habitación para que puedan instalarse, descansar y salir con energía a pasear y disfrutar por las hermosas instalaciones, podrán hacer uso del spa, sala de juegos, zooterapia, al medio día se ofrece una gastronomía típica que incluye de entrada un consomé de pollo, fuerte trucha o fritada a elegir y postre una torta mojada de chocolate.

En la tarde se ofrece un recorrido en nuestras instalaciones del SPA donde se podrán relajar, tomando varias de las terapias, los anfitriones deberán vestir su mejor gala para recibir la “White party” por la apertura del Wisteria lodge.

Al siguiente día se ofrece un desayuno continental, y un agradecimiento por la visita al emprendimiento, brindando un souvenir de una pequeña vela aromática envuelta en mimbre.

#### **4.4 Investigación y análisis de las estrategias y métodos de mercadeo más apropiadas a utilizar.**

##### **ESTRATEGIAS DE SERVICIO**

Wisteria utilizara tres estrategias fundamentales para conseguir la satisfacción de los clientes.

- Conocer información relevante del cliente, haciendo uso de sus datos para lograr dar una mejor atención.
- Ser parte de las experiencias de los clientes es una opción muy aceptada en el mercado actual, por tal motivo ayuda a resolver problemas ocasionados, brinda un soporte amigable con los clientes y crea experiencias únicas en el lodge.
- Ofrecer una atención personalizada a cada cliente es un punto a favor del emprendimiento, cada miembro del lodge está comprometido a tratar a los clientes con amabilidad y empatía.

##### **ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO**

Esta estrategia se basará en los beneficios que tiene la empresa, como es el de brindar una mejor calidad de vida a turistas destacando así el servicio de terapias asistidas.

## ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN

Las diferentes estrategias sirven para ayudar a captar la atención del cliente logrando a su vez una fidelización con relación al producto o servicio a ofertar.

- Los detalles personalizados como regalos, ofertas y descuentos, se convierten en un aliado para el lodge; ya que ayuda a fidelizar clientes.
- Realizar una pequeña encuesta en la cual se conoce más las necesidades y el nivel de satisfacción del cliente.
- Ofrecer servicios exclusivos y personalizados en fechas festivas.

## CAPITULO V

### 5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

#### 5.1 Balance de situación inicial

El balance de situación inicial permite conocer la situación financiera actual del lodge, mediante la suma del activo fijo valorada en \$172.569, los activos circulantes con un total de \$16.068,06, y en la suma de los pasivos y el patrimonio una cantidad de \$188.664, esta herramienta fundamental ayuda a la toma de decisiones del establecimiento, y se detalla en un lapso de tiempo determinado.

**Figura 32:**

*Balance de situación inicial*

*Fuente: Elaboración propia*



## WISTERIA LODGE

### BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2021

#### ACTIVO

##### Activo Circulante

Caja		\$7.000
BANCOS		\$9.068
Inventarios		

**Total Activo Circulante** \$16.068,06

##### Activo Fijo

Terrenos		\$40.000
Edificios/construcciones		\$107.032
Mobiliario y equipo		\$13.258
Mobiliario y enseres		\$2.855,90
Maquinaria		\$2.318
Equipos de cómputo		\$1.436,99
Equipos de Oficina		\$58
Papelería y útiles		\$35
Animales de granja		\$4.850
Plan de comercialización		\$511
Juegos de mesa		\$240,84

**Total Activo Fijo** \$172.596

##### Otros activos

Rentas pagadas por anticipado		
Derechos de marca de empresa		

**Total Otros Activos** \$0

**SUMA DEL ACTIVO** \$188.664

#### PASIVO

##### Pasivo Circulante

Proveedores		
Prestamos		
Intereses por pagar		
ISR por pagar		
Anticipo de clientes		

**Total Pasivo Circulante** \$0

##### Pasivo a Largo Plazo

\$91.632

Prestamo al Ban Ecuador \$91.632

##### Documentos por pagar a largo plazo

**Total Pasivo Circulante** \$0

**SUMA DEL PASIVO** \$91.632

#### PATRIMONIO

BIENES INMUEBLES		\$37.032
MOBILIARIO Y EQUIPO		\$8.000
ANIMALES DE GRANJA		\$2.000
APORTE CAPITAL		\$50.000
<b>Total Capital contable</b>		<b>\$97.032</b>

**SUMA DEL CAPITAL CONTABLE** \$97.032

**SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO** \$188.664

## 5.2 Tabla de Amortización

Se realiza un préstamo de \$ 91.632 en la entidad BanEcuador con una tasa de interés del 10.21%, la tabla de amortización señala las cantidades (\$1.221,60) mensuales que se pagaran en el transcurso de 10 años.

**Figura 33:** *Tabla de amortización*

	Plazo	120
	Monto	91.632
	Tasa anual	10,21%
	Tasa mensual	0,85%
	Pago mensual	\$1.221,60

*Fuente Elaboración propia*

**Nota:** Ver anexo 3 para la tabla de amortización completa.

## 5.3 Cálculo del Costo Capital

En el costo de capital el monto total de la inversión tiene un valor de \$ 188.663,74, el 51 % corresponde al capital propio, esto en valores es \$97032,07 y el restante 49% corresponde al financiamiento por el monto de \$91631,67; con estos datos, la inversión total resulta con un costo de 8.02%.

**Figura 34:**

*Calculo costo capital*

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL						
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA		COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	188663,74	100%		8,02%		8,02%
IMPUESTO A LA RENTA				0%		
CAPITAL PROPIO	97032,07	51%	5,95%	3,06%		
FINANCIAMIENTO	91631,67	49%	10,21%	4,96%		

*Fuente: Elaboración propia*

#### **5.4 Flujo de efectivo del año 1**

La estabilidad del emprendimiento en el primer año se incrementa por la parte de ingresos con un valor de \$206.429,82 lo que indica que el flujo de efectivo tiene rentabilidad en este año haciendo al proyecto factible para la construcción, los egresos representan un gasto anual de \$ 124.743,97.

Para el mejor desenvolvimiento del lodge se detalla la matriz:

**Figura 35:**

*Flujo año 1*

*Fuente: Elaboración propia*

CUANTIFICACIÓN DE FLUJO AÑO 1				
INGRESOS	Precio	unid a la venta	TOTAL ANUAL	UNIDADES VENDIDAS
Hab sencilla (2)	\$ 25,00	45	3442,5	138
Hab doble (2)	\$ 60,00	45	8262	138
Hab triple (2)	\$ 120,00	45	64800	540
Suite (1)	\$ 100,00	25	26250	263
Desayunos	\$ 4,00	160	6720	1680
Almuerzos	\$ 8,00	150	12600	1575
Cenas	\$ 8,00	160	13440	1680
Bebidas alcoholicas	\$ 2,00	120	2520	1260
Bebidas naturales	\$ 2,00	94	1974	987
Baños de cajón (4)	\$ 6,99	96	7045,92	1008
Terapia de chocolate (2)	\$ 5,99	75	4717,125	788
Piscina	\$ 10,00	140	14700	1470
Canoterapia	\$ 8,00	75	6300	788
Cuniterapia	\$ 5,99	60	3773,7	630
Equinoterapia	\$ 10,00	80	8400	840
Ictioterpia	\$ 6,50	45	3071,25	473
Intelectual	\$ 12,99	45	6137,775	473
Juegos de azar	\$ 12,99	45	6137,775	473
Juegos electronicos	\$ 12,99	45	6137,775	473
<b>TOTAL INGRESOS</b>			<b>206429,82</b>	
<b>EGRESOS</b>				<b>costos fijos</b>
Costo hab sencilla			1038,2625	
Costo hab doble			2718,63	
Costo hab triple			19278	
Costo suite			7387,5	
Costos desayunos			3756,8	
Costos Almuerzos			7044	<b>costos variables</b>
Costos cenas			7513,6	1038,2625
Costos bebidas alcoholicas			1408,8	2718,63
Costos Bebidas naturales			1103,56	19278
Costos Baños de cajón			1073,664	7387,5
Costos Terapia de chocolate			718,8	3756,8
Costos Piscina			2240	7044
Costos Canoterapia			1260	7513,6
Costos Cuniterapia			754,74	1408,8
Costos Equinoterapia			1680	1103,56
Costos Ictioterpia			614,25	1073,664
Costos Intelectual			1227,555	718,8
Costos Juegos de azar			1227,555	2240
Costos Juegos electronicos			1227,555	1260
Manenimiento			1800	1800
Sueldos y salarios			24000	24000
Decimos			3750	3750
IESS			2676	2676
Impuestos			3000	3000
Publicidad			2161	2161
Permisos			712,5	712,5
Publicidad			6132	6132
Servicios Básicos			2580	2580
<b>PAG DE PRESTAMO</b>			<b>\$14.659,20</b>	
<b>TOTAL EGRESOS</b>			<b>124743,97</b>	<b>46811,5</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>				
<b>FLUJO ACUMULADO</b>			<b>81685,85</b>	
				<b>63273,2715</b>

## 5.5 Flujo proyectado a 5 años

Teniendo en cuenta los valores del flujo proyectado a 5 años, se considera un incremento anual del 3.30% y se obtiene un monto total de los ingresos como de los egresos, generando una acumulación de flujo al tercer año por \$ 253233,398.

**Figura 36:**

*Flujo proyectado a 5 años*

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	
Ingresos	206429,82	213242,0041	220278,99	227548,197	235057,287	
Egresos	124743,97	128860,5233	133112,921	137505,647	142043,333	
Flujo de caja	81685,8478	84381,48074	87166,0696	90042,5499	93013,9541	
DATOS PARA LA TIR	-188663,74	81685,8478	84381,48074	87166,0696	90042,5499	93013,9541
		81685,8478	166067,3285	253233,398	343275,948	436289,902

*Fuente: Elaboración propia*

## Evaluación del proyecto (VAN y TIR)

Para la rentabilidad del proyecto se obtuvo un costo de capital del 10.22% y una inversión de \$ 188.663,74, se aplica el cálculo para la obtención del valor actual neto y la tasa interna de retorno en un ejercicio de flujo de 5 años que da un valor actual neto de 138195,31 y una tasa interna de retorno del 35,41 %.

**Figura 37:**

*Evaluación del proyecto (VAN Y TIR)*

Incrmento anual	3,30%
Costo de capital	10,22%
Inversión	188663,74
VAN	138195,31
TIR	35,41%

*Fuente: Elaboración propia*

**NOTA:** La tasa interna de rentabilidad (TIR), ayuda a medir de manera porcentual la rentabilidad que tendrá el proyecto en este caso es de 35,41 %de inversión en función del flujo de efectivo que se ha proyectado a lo largo de los 5 años.

El valor actual neto (VAN) ayuda a determinar si el proyecto de inversión es aceptable o no, tomando en cuenta la tasa interna de rentabilidad que en este caso es del 35,41% y de los flujos de efectivo proyectados, se determinó un VAN positivo de 138195,31, es decir que el proyecto es aceptable.

### **5.6 Punto de equilibrio**

El monto de la inversión se supera en el año tres, por lo que se realiza el punto de equilibrio de 19 productos previstos a vender en el establecimiento, el total de unidades vendidas es de 47,019 en cada producto se detalla el precio y costo unitario. Estimándose un precio promedio ponderado de \$13,17 un costo promedio ponderado de \$4,04 y un margen de contribución ponderado de \$9,13.

La inversión tiene un monto de \$ 188.664 y los costos fijos del periodo de tres años ascienden a \$ 140.435, el punto de equilibrio se alcanzaría con la venta de 47,019 unidades vendidas que corresponden a una venta en dólares por \$474.555.

### **Figura 38:**

*Punto de equilibrio*

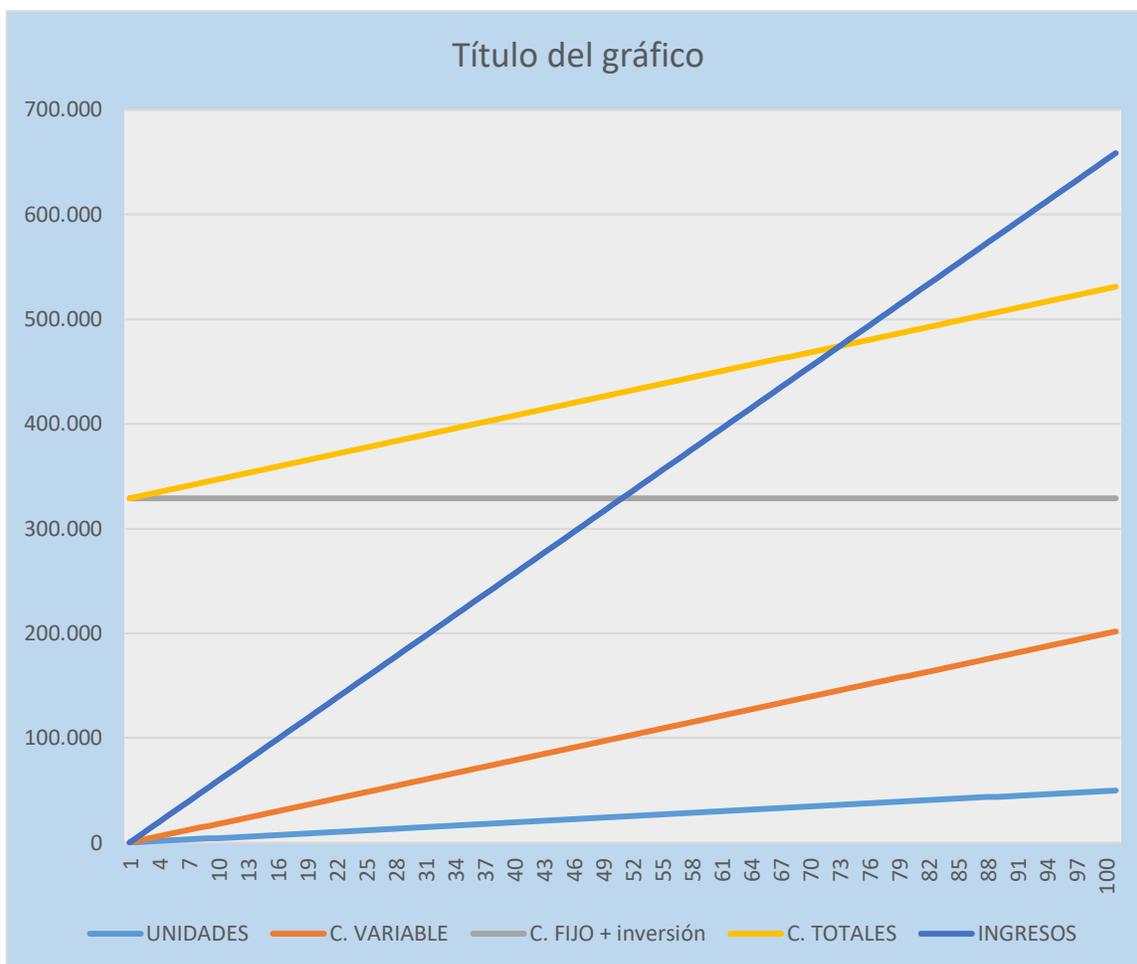
PUNTO DE EQUILIBRO MULTIPRODUCTO																			
AÑO ESTIMADO PUNTO EQUILIBRIO	3																		
PRODUCTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	413	413	1.620	788	5.040	4.725	5.040	3.780	2.961	3.024	2.363	4.410	2.363	1.890	2.520	1.418	1.418	1.418	1.418
TOTAL UNIDADES		47.019																	
% PARTICIPACIÓN/PRODUCTO VENDIDO	0,88%	0,88%	3,45%	1,67%	10,72%	10,05%	10,72%	8,04%	6,30%	6,43%	5,02%	9,38%	5,02%	4,02%	5,36%	3,01%	3,01%	3,01%	3,01%
PRECIO VENTA UNITARIO	\$25	\$60	\$120	\$100	\$4	\$8	\$8	\$2	\$2	\$7	\$6	\$10	\$8	\$6	\$10	\$7	\$13	\$13	\$13
COSTO VENTA UNITARIO	\$7,54	\$19,74	\$35,70	\$28,14	\$2,24	\$4,47	\$4,47	\$1,12	\$1,12	\$1,07	\$0,91	\$1,52	\$1,60	\$1,20	\$2,00	\$1,30	\$2,60	\$2,60	\$2,60
PRECIO PROMEDIO PONDERADO		\$13,17																	
COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$4,04																	
COSTO FIJO DEL PERÍODO		\$140.435																	
INVERSIÓN		\$188.664																	
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$17,46	\$40,26	\$84,30	\$71,86	\$1,76	\$3,53	\$3,53	\$0,88	\$0,88	\$5,92	\$5,08	\$8,48	\$6,40	\$4,79	\$8,00	\$5,20	\$10,39	\$10,39	\$10,39
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO		\$9,13																	
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		36.030																	
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS		\$474.555																	
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / UNIDADES	317	317	1.241	603	3.862	3.621	3.862	2.897	2.269	2.317	1.810	3.379	1.810	1.448	1.931	1.086	1.086	1.086	1.086
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / DOLARES	\$7.914	\$18.993	\$148.967	\$60.345	#####	#####	\$30.897	\$5.793	\$4.538	\$16.198	\$10.844	\$33.793	\$14.483	\$8.675	\$19.311	\$7.060	#####	\$14.110	\$14.110

Fuente: Elaboración propia

**NOTA:** El punto de equilibrio es el número de unidades mínimas que la empresa necesita para recuperar la inversión, se observa que a partir del tercer año la empresa cubre la totalidad de la inversión con la venta 47,019 unidades a un precio promedio ponderado de \$13.17, desde el tercer año en adelante se obtendrá la utilidad para el emprendimiento.

**Figura 39:**

*Gráfico del punto de equilibrio*



*Fuente: 3 Tomado de Excel*

**Nota:** El gráfico representa el punto de equilibrio donde se visualiza las unidades vendidas en el año dos y a partir de eso las utilidades de la empresa.

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTUDIO AMBIENTAL

#### 6.1 Descripción de las actividades del proyecto.

Las acciones propuestas en la etapa de construcción y operación que se describen a continuación, son las que pueden causar un impacto ambiental.

#### Tabla 50:

*Actividades en la etapa de construcción*

ACTIVIDADES DE WISTERIA LODGE	
ETAPA	CONSTRUCCIÓN
ACTIVIDADES	Acondicionamiento del terreno
	Cimentación y adecuación de infraestructuras de (alojamiento, restauración, zooterapia, SPA, sala de juegos y parqueadero)
	Capacitación y preparación para el personal técnico
	Construir modelos de reciprocidad con la comunidad

Fuente: Elaborado por las autoras.

Se describen las actividades a ejecutar en la etapa de construcción:

**Acondicionamiento del terreno:** Se mantendrá un mejor cuidado de las especies de flora y fauna.

**Cimentación y adecuación de infraestructuras de (alojamiento, restauración, zooterapia, SPA, sala de juegos y parqueadero):** Con la implementación de infraestructuras cada una adecuada para brindar un servicio tanto al cliente como a la comunidad.

**Capacitación y preparación para el personal técnico:** Capacitar a los administradores de emprendimientos aledaños para prestar un mejor servicio al cliente y sobre cómo realizar campañas de publicidad.

**Construir modelos de reciprocidad con la comunidad:** Se propone modelos de reciprocidad para compartir con la comunidad tales como potabilizar el agua, entrenamiento de caninos, facilitar productos del huerto a menor precio.

**Tabla 51:**

*Actividades en la etapa de operación*

<b>ACTIVIDADES DE WISTERIA LODGE</b>	
<b>ETAPA</b>	<b>OPERACIÓN</b>
<b>ACTIVIDADES</b>	Servicio de alojamiento
	Servicio de restauración
	Áreas Húmedas
	Servicio de zooterapia
	Sala de juegos
	Parqueadero

Fuente: Elaborado por las autoras.

Se describen las actividades a ejecutar en la etapa de operación:

**Servicio de alojamiento:** Se interpretará la magnitud de los impactos que tendrá el servicio de alojamiento en cada uno de los factores ya que cuenta con 7 cabañas y una capacidad para 25 personas.

**Servicio de restauración:** Se interpretará la incidencia que tendrán cada uno de los impactos por la ocupación del agua para el aseo del área, el restaurante cuenta con 7 domos inspirados en la pandemia COVID 19 donde se tomarán medidas de seguridad y se conservara la distancia entre ellos, el mismo tiene una capacidad para aproximadamente 30 personas.

**SPA:** Se contemplará el grado de afectación o beneficios en los factores descritos, esta área cuenta con piscinas, sauna, hidromasaje, SPA, baños de cajón y chocolate.

**Servicio de zooterapia:** Se valorará la incidencia en cada uno de los factores que tendrá el servicio de zooterapia con animales entrenados como son conejos, caballos, perros y peces garra rufa que cumplen la función de ayudar a regenerar las células.

**Sala de juegos:** Se interpretará la incidencia que tendrán los factores descritos a beneficio de la construcción que será efectuada, cuya área se divide en tres salas mismas que se adecuaran para niños y adultos, cuentan con una capacidad para aproximadamente 30 personas.

**Parqueadero:** Se evaluará el impacto que causara en todos los factores planteados, este lugar tiene una capacidad para aproximadamente 12 vehículos.

## 6.2 Factores Ambientales

Los factores ambientales en la etapa de construcción y operación son los siguientes:

**Tabla 52:**

*Factores en el área de construcción*

<b>FACTORES AMBIENTALES ÁREA DE CONTRUCCIÓN</b>	
Biofísicos	Agua
	Suelo
	Atmosfera
Bióticos	Flora
	Fauna
Cultural-Recreativo	Paisaje
	Áreas húmedas
	Zona de recreo
Socio- Económico	Plazas de empleo
	Ingresos económicos

Fuente: Elaborado por las autoras.

**Tabla 53:**

*Factores en el área de operación*

<b>FACTORES AMBIENTALES ÁREA DE OPERACIÓN</b>	
Biofísicos	Agua
	Suelo
	Atmosfera

Bióticos	Flora
	Fauna
Cultural-Recreativo	Paisaje
	Áreas húmedas
	Zona de recreo
Socio- Económico	Plazas de empleo
	Ingresos económicos

Fuente: Elaborado por las autoras.

### 6.3 Identificación de los Impactos Ambientales

Las tablas detallan los factores ambientales con su respectivo impacto en las etapas de construcción y operación.

**Tabla 54:**

*Impactos en el área de construcción*

FACTORES AMBIENTALES ÁREA DE CONSTRUCCIÓN		
MEDIO	FACTOR	IMPACTO
<b>Biofísicos</b>	Agua	Modificación de la calidad del agua
	Suelo	Ocupación del suelo con infraestructura turística
	Atmósfera	Calidad del aire
<b>Bióticos</b>	Flora	Implementación de áreas verdes y enriquecimiento de biodiversidad
	Fauna	Preservación de las especies
	Paisaje	Modificación del paisaje

<b>Cultural-Recreativo</b>	Áreas húmedas	Diversificación de servicios de salud en el lodge
	Zona de recreo	Generación de recursos económicos Innovar espacios de juegos y ocio para niños y adultos
<b>Socio-Económico</b>	Económico	Ingresos económicos Plazas de empleo

Fuente: Elaborado por las autoras.

**Tabla 55:**

*Impactos en el área de operación*

<b>FACTORES AMBIENTALES ÁREA DE OPERACIÓN</b>		
<b>MEDIO</b>	<b>FACTOR</b>	<b>IMPACTO</b>
<b>Biofísicos</b>	Agua	Modificación de la calidad del agua
	Suelo	Ocupación del suelo con infraestructura turística
	Atmósfera	Calidad del aire
<b>Bióticos</b>	Flora	Implementación de áreas verdes y enriquecimiento de biodiversidad
	Fauna	Preservación de las especies
<b>Cultural-Recreativo</b>	Paisaje	Modificación del paisaje
	Áreas húmedas	Diversificación de servicios de salud en el lodge
	Zona de recreo	Generación de recursos económicos Innovar espacios de juegos y ocio para niños y adultos
<b>Socio-Económico</b>	Económico	Ingresos económicos Plazas de empleo

Fuente: Elaborado por las autoras.

## **6.4 Definición Método EIA**

Por medio de la investigación se proyecta el desarrollo y la importancia del estudio de impacto ambiental, en las etapas de construcción y operación del proyecto Wisteria Lodge. Las etapas serán analizadas cuidadosamente para la prevención y mitigación del medio ambiente, mediante una matriz de Leopold modificada para obtener resultados favorables.

### **6.4.1 Método de Leopold Modificado**

La matriz de Leopold modificado se utiliza para el estudio inicial de impactos ambientales positivos y negativos, que generaran la etapa de construcción y operación, analizando varios factores que son necesarios para determinar la afectación del lugar.

### **6.4.2 Matriz de identificación de impactos ambientales**

En las siguientes matrices se definirán los impactos positivos o negativos de acuerdo al grado de incidencia en cada uno de los factores planteados en las etapas de construcción y operación.

**Tabla 56:***Matriz de identificación de impactos ambientales en la etapa de construcción*

ETAPA DE CONSTRUCCIÓN										
Medio		Impacto								
			Acondicionamiento del terreno	Cimentación y adecuación de infraestructuras (alojamiento, restauración, zooterapia, Capacitación y preparación para el	Construcción de modelos de reciprocidad	$\Sigma$ TOTAL				
Factores Ambientales	Biofísicos	Agua						+	1	
		Suelo	Ocupación de suelo con infraestructura turística	-	-					2
		Atmósfera	Calidad del aire	-	-					2
	Biótico	Flora y fauna	Implementación de áreas verdes y enriquecimiento de biodiversidad						+	1
			Preservación de las especies	+	+				+	3
	Cultural-Recreativo	Paisaje	Modificación del paisaje	-	-					2
		Áreas húmedas	Diversificación de servicios de salud en el lodge	+	+				+	3
			Zona de recreo	Generación de recursos económicos	+	+				+
				Innovar espacios de juegos y ocio para niños y adultos		+				
Socio-Económico	Económico	Ingresos económicos							0	
		Plazas de empleo	+	+			+	+	4	
<b>Total</b>			<b>7</b>	<b>7</b>			<b>2</b>	<b>6</b>	<b>22</b>	

Fuente: Elaborado por las autoras.

**Tabla 57:***Matriz de identificación de impactos ambientales en la etapa de operación*

ETAPA DE OPERACIÓN												
Medio		Impacto				de Servicio de alojamiento	de Servicio de restauración SPA	de Servicio de zooterapia	Sala de juegos	Parqueadero	Σ TOTAL	
<b>Biofísicos</b>	Agua	Modificación de la calidad del agua				-	-	-	-			4
	Suelo	Ocupación del suelo con infraestructuraturística				+	+	+	+	+	+	6
	Atmósfera	Calidad del aire									-	1
<b>Bióticos</b>	Flora y fauna	Implementación de áreas verdes				+		+				2
		Preservación de las especies				+		+				2
<b>Cultural-Recreativo</b>	Paisaje	Modificación del paisaje				+	+	+	+	+	+	6
	Áreas húmedas	Diversificación de servicios de salud en el lodge				+	+	+	+	+		5
	Zona de recreo	Generación de recursos económicos Innovar espacios de juegos y ocio para niños y adultos				+	+	+	+	+	+	5 1
<b>Socio-Económico</b>	Económico	Ingresos económicos				+	+	+	+	+		5
		Plazas de empleo				+	+	+	+	+	+	6
Total						9	7	7	9	7	4	43

Fuente: Elaborado por las autoras.

## 6.5 Escala interpretativa de valoración

**Tabla 58:**

*Escala interpretativa de valoración*

<b>Criterio</b>	<b>Categoría</b>	<b>Definición</b>	<b>Valor</b>
<b>Extensión(Ex)</b>	Efecto local	Se manifiesta en el área ocupada por las facilidades del proyecto.	1
	Efecto amplio	Se manifiesta más allá del área ocupada por las instalaciones en tierra y de su entorno más propio.	3
<b>Sinergia (Si)</b>	Efecto simple	Se manifiesta sobre un solo componente ambiental, y no induce efectos acumulativos o sinérgicos	1
	Efecto múltiple	Se manifiesta en varios componentes ambientales a la vez.	3
<b>Persistencia (Pe)</b>	Efecto temporal	Alteración limitada a corto plazo (1 año o menos)	1
	Efecto de mediano plazo	Alteración prolongada durante el mediano plazo (aprox. 1 a 5 años).	2
	Efecto permanente	Alteración del entorno de duración indefinida o prolongada a largo plazo (más de 5 años), desde que se inició el proyecto.	3
<b>Reversibilidad (Rv)</b>	Efecto reversible	Asimilable por los procesos naturales a corto plazo (menos de 1 año)	1
	Efecto medianamente reversible	Asimilable por los procesos naturales a mediano/largo plazo (más de 1 año)	2
	Efecto irreversible	Aquel que supone la imposibilidad de retomar por medios naturales, a la situación anterior a la acción que lo produce.	3
<b>Recuperabilidad (Rc)</b>	Efecto recuperable	Puede eliminarse o remplazarse por acción humana a corto plazo.	1
	Efecto medianamente recuperable	Puede eliminarse o remplazarse por acción humana a mediano plazo/largo plazo.	2
	Efecto irrecuperable	Cuando la alteración del medio o pérdida que supone es imposible de recuperar por la acción humana.	3

Fuente: Elaborado por las autoras.

## ALGORITMO USADO

A partir de los valores establecidos, se calculó el siguiente índice de impacto para cada uno de los posibles impactos.

$$\text{Índice de impacto} = 2 \cdot \text{Ex} + \text{Si} + \text{Pe} + 2 \cdot \text{Rv} + 2 \cdot \text{Rc}$$

### 6.6 Valoración de los Impactos Ambientales

**Tabla 59:**

*Rango de índice de impacto negativo*

Rango de índice de impacto	Impacto negativo
-21 a -24	Severo
-16 a -20	Moderado
-8 a -15	Compatible

**Nota:** La presente tabla indica los rangos de índice de impactos negativos con su respectiva valoración cromática.

**Tabla 60:**

*Rango de índice de impacto positivo*

Rango de índice de impacto	Impacto Positivo
8 a 15	Bajo
16 a 20	Mediano
21 a 24	Alto

**Nota:** La presente tabla indica los rangos de índice de impactos positivos con su respectiva valoración cromática.

## **6.7 Aplicación del método Leopold modificado**

Las tablas analizan la valorización de los impactos positivos y negativos de las acciones en las etapas de construcción y operación, mediante la matriz de Leopold Modificado donde se puede visualizar que tan crítico o bajo es el impacto ambiental.

**Tabla 61:**

*Matriz de Leopold acondicionamiento del terreno*

<b>MATRIZ LEOPOLD MODIFICADA</b>										
<b>Acondicionamiento del terreno</b>										
<b>ETAPA DE CONSTRUCCIÓN</b>										
	Impacto ambiental	+/-	2*Ex	Si	Pe	2*Rv	2*Rc	Valor	Impacto	
<b>Factores Ambientales</b>	Biofísicos	Ocupación de suelo con infraestructura turística	-	1	1	3	2	1	-12	Compatible
		Calidad del aire	-	1	1	2	1	2	-11	Compatible
	Cultural-Recreativo	Preservación de las especies	+	1	1	1	2	1	10	Bajo
		Modificación del paisaje	-	1	1	2	1	2	-11	Compatible
		Diversificación de servicios de salud en el lodge	+	1	1	3	1	2	12	Bajo
		Generación de recursos económicos	+	1	1	2	1	2	11	Bajo
		Plazas de empleo	+	1	3	2	1	2	13	Bajo

Fuente: Elaborado por las autoras.

**Tabla 62:**

*Matriz de Leopold cimentación y adecuación de infraestructura de (alojamiento, restauración, zooterapia, SPA, sala de juegos y parqueadero)*

**MATRIZ LEOPOLD MODIFICADA**

**Cimentación y adecuación de infraestructuras de (alojamiento, restauración, zooterapia, SPA, sala de juegos y parqueadero)**

**ETAPA DE CONSTRUCCIÓN**

		Impacto ambiental	(+/-)	2*Ex	Si	Pe	2*Rv	2*Rc	Valor	Impacto
<b>Factores Ambientales</b>	Biofísicos	Ocupación de suelo con infraestructura turística	-	3	3	2	1	2	-17	Moderado
	Biótico	Calidad del aire	-	1	1	1	1	1	-8	Compatible
		Implementación de áreas verdes y enriquecimiento de biodiversidad	+	3	1	2	2	1	15	Bajo
	Cultural-Recreativo	Preservación de las especies	+	1	1	2	1	1	9	Bajo
		Modificación del paisaje	-	3	1	2	2	1	-15	Compatible
		Diversificación de servicios de salud en el lodge	+	1	1	1	2	2	12	Bajo
		Generación de recursos económicos	+	3	3	2	1	1	15	Bajo
		Innovar espacios de juegos y ocio para niños y adultos	+	1	1	2	1	2	11	Bajo
		Plazas de empleo	+	3	3	2	1	2	17	Mediano

Fuente: Elaborado por las autoras.

**Tabla 63:**

*Matriz de Leopold capacitación y preparación para el personal técnico*

MATRIZ LEOPOLD MODIFICADA									
Capacitación y preparación para el personal técnico									
ETAPA DE CONSTRUCCIÓN									
Factores	Impacto	+/-	2*Ex	Si	Pe	2*Rv	2*Rc	Valor	Impacto
Ambientales	<b>ambiental</b>								
	Plazas de empleo	+	1	1	1	2	1	10	Bajo

Fuente: Elaborado por las autoras.

**Tabla 64:**

*Matriz de Leopold construcción de modelos de reciprocidad con la comunidad*

<b>MATRIZ LEOPOLD MODIFICADA</b>										
<b>Construcción de modelos de reciprocidad con la comunidad</b>										
<b>ETAPA DE CONSTRUCCIÓN</b>										
		Impacto ambiental	+/-	2*Ex	Si	Pe	2*Rv	2*Rc	Valor	Impacto
<b>Factores Ambientales</b>	Biofísicos	Modificación de la calidad del agua	+	1	1	2	2	2	13	Bajo
	Biótico	Implementación de áreas verdes y enriquecimiento de biodiversidad	+	3	3	2	1	1	15	Bajo
	Cultural-Recreativo	Preservación de las especies	+	1	1	2	1	1	9	Bajo
		Diversificación de servicios de salud en el lodge	+	3	3	2	1	1	15	Bajo
		Generación de recursos económicos	+	3	3	1	2	2	18	Mediano
	Plazas de empleo	+	3	3	2	1	2	17	Mediano	

Fuente: Elaborado por las autoras.

**Tabla 65:**

*Matriz de Leopold servicio de alojamiento*

<b>MATRIZ LEOPOLD MODIFICADA</b>										
<b>Servicio de alojamiento</b>										
<b>ETAPA DE OPERACIÓN</b>										
	Impacto ambiental	+/-	2*Ex	Si	Pe	2*Rv	2*Rc	Valor	Impacto	
<b>Factores Ambientales</b>	Modificación de la calidad del agua	-	1	1	2	1	2	-11	Compatible	
	Biofísicos	Ocupación de suelo con infraestructura turística	+	3	3	2	2	19	Mediano	
	Biótico	Implementación de áreas verdes enriquecimiento de biodiversidad	+	1	1	1	1	2	10	Bajo
	Cultural-Recreativo	Preservación de las especies	+	1	1	1	1	1	8	Bajo
		Modificación del paisaje	+	1	1	2	2	1	11	Bajo
	Socio-Económico	Diversificación de servicios de salud en el lodge	+	3	1	1	2	1	14	Bajo
		Generación de recursos económicos	+	3	3	2	1	2	17	Mediano
		Ingresos económicos	+	3	3	2	1	2	17	Mediano
		Plazas de empleo	+	3	3	2	1	2	17	Mediano

Fuente: Elaborado por las autoras.

**Tabla 66:**

*Matriz de Leopold servicio de restauración*

<b>MATRIZ LEOPOLD MODIFICADA</b>										
<b>Servicio de restauración</b>										
<b>ETAPA DE OPERACIÓN</b>										
	Impacto ambiental	+/-	2*Ex	Si	Pe	2*Rv	2*Rc	Valor	Impacto	
<b>Factores Ambientales</b>	Modificación de la calidad del agua	-	1	1	1	1	1	-8	Compatible	
	Biofísicos	Ocupación de suelo con infraestructura turística	+	3	3	1	2	1	16	Mediano
	Cultural recreativo	Modificación del paisaje	+	1	1	2	1	2	11	Bajo
		Diversificación de servicios de salud en el lodge	+	1	1	1	1	2	10	Bajo
		Generación de recursos económicos	+	3	3	2	2	2	19	Mediano
	Socio-Económico	Ingresos económicos	+	3	3	1	2	2	18	Mediano
		Plazas de empleo	+	3	3	2	2	2	19	Mediano

Fuente: Elaborado por las autoras.

**Tabla 67:**

*Matriz de Leopold SPA*

<b>MATRIZ LEOPOLD MODIFICADA</b>										
<b>SPA</b>										
<b>ETAPA DE OPERACIÓN</b>										
	Impacto ambiental	+/-	2*Ex	Si	Pe	2*Rv	2*Rc	Valor	Impacto	
<b>Factores Ambientales</b>	Biofísicos	Modificación de la calidad del agua	-	3	3	3	2	2	-20	Moderado
		Ocupación de suelo con infraestructura turística	+	3	1	3	3	2	20	Mediano
	Cultural-Recreativo	Modificación del paisaje	+	3	3	2	1	1	15	Bajo
		Diversificación de servicios de salud en el lodge	+	1	1	2	2	2	13	Bajo
		Generación de recursos económicos	+	3	3	2	1	2	17	Mediano
	Socio-Económico	Ingresos económicos	+	3	3	1	1	2	16	Mediano
		Plazas de empleo	+	3	3	2	1	2	17	Mediano

Fuente: Elaborado por las autoras.

**Tabla 68:**

*Matriz de Leopold servicio de zooterapia*

<b>MATRIZ LEOPOLD MODIFICADA</b>										
<b>Servicio de zooterapia</b>										
<b>ETAPA DE OPERACIÓN</b>										
	Impacto ambiental	+/-	2*Ex	Si	Pe	2*Rv	2*Rc	Valor	Impacto	
<b>Factores Ambientales</b>	Biofísicos	Modificación de la calidad del agua	-	1	1	1	2	1	-10	Compatible
		Ocupación de suelo con infraestructura turística	+	1	1	1	1	1	8	Bajo
	Biótico	Implementación de áreas verdes y enriquecimiento de biodiversidad	+	3	3	1	1	1	14	Bajo
	Cultural-Recreativo	Preservación de las especies	+	1	1	1	2	1	10	Bajo
		Modificación del paisaje	+	1	1	1	1	1	8	Bajo
		Diversificación de servicios de salud en el lodge	+	1	1	1	1	1	8	Bajo
		Generación de recursos económicos	+	3	3	2	1	2	17	Mediano
	Socio-Económico	Ingresos económicos	+	3	3	2	2	2	19	Mediano
		Plazas de empleo	+	3	3	1	1	1	14	Bajo

Fuente: Elaborado por las autoras.

**Tabla 69:**

*Matriz de Leopold sala de juegos*

<b>MATRIZ LEOPOLD MODIFICADA</b>										
<b>Sala de juegos</b>										
<b>ETAPA DE OPERACIÓN</b>										
		+/-	2*Ex	Si	Pe	2*Rv	2*Rc	Valor	Impacto	
<b>Factores Ambientales</b>	Biofísicos	Impacto ambiental	+/-	2*Ex	Si	Pe	2*Rv	2*Rc	Valor	Impacto
		Ocupación de suelo con infraestructura turística	+	3	3	2	2	2	19	Mediano
	Cultural-Recreativo	Modificación del paisaje	+	3	3	2	1	2	17	Mediano
		Diversificación de servicios de salud en el lodge	+	1	1	1	2	1	10	Bajo
		Generación de recursos económicos	+	3	3	2	2	1	17	Mediano
		Innovar espacios de juegos y ocio para niños y adultos	+	1	1	2	1	2	11	Bajo
	Socio-Económico	Ingresos económicos	+	3	1	1	2	1	14	Bajo
		Plazas de empleo	+	1	3	1	2	1	12	Bajo

Fuente: Elaborado por las autoras.

**Tabla 70:**

*Matriz de Leopold parqueadero*

MATRIZ LEOPOLD MODIFICADA										
Parqueadero										
ETAPA DE OPERACIÓN										
	Impacto ambiental	+/-	2*Ex	Si	Pe	2*Rv	2*Rc	Valor	Impacto	
Factores Ambientales	Biofísicos	Ocupación de suelo con infraestructura turística	+	3	3	2	2	2	19	Mediano
		Calidad del aire	-	1	1	2	1	2	-11	Compatible
	Cultural-Recreativo	Modificación del paisaje	+	1	1	1	1	1	8	Bajo
	Social-Económico	Plazas de empleo	+	3	1	1	1	1	12	Bajo

Fuente: Elaborado por las autoras.

## **6.8 Resumen de la matriz de valoración**

La siguiente matriz permite apreciar de una forma más clara los valores y la incidencia que generaran los impactos positivos y negativos.

### **Tabla 71:**

*Matriz de resumen etapa de construcción*

ETAPA DE CONSTRUCCIÓN						
Impactos ambientales	ACTIVIDADES				Naturaleza	Valor
	Acondicionamiento del terreno	Cimentación y adecuación de infraestructuras (alojamiento, restauración, sala de juegos y parqueadero)	de y para el personal técnico	Capacitación y preparación de modelos de reciprocidad con la comunidad		
Modificación de la calidad del agua					13	+ 13
Ocupación de suelo con infraestructura turística	-12	-17				- -29
Calidad del aire	-11	-8				- -19
Implementación de áreas verdes y enriquecimiento de biodiversidad		15			15	+ 30

Preservación de las especies	10	9	9	+	28
Modificación del paisaje	-11	-15		-	-26
Diversificación de servicios de salud en el lodge	12	12	15	+	39
Generación de recursos económicos	11	15	18	+	44
Innovar espacios de juegos y ocio para niños y adultos		11		+	11
Ingresos económicos					0
Plazas de empleo	13	17	10	+	57

Fuente: Elaborado por las autoras.

**Tabla 72:***Matriz de resumen etapa de operación*

Impactos ambientales	ETAPA DE OPERACIÓN						Naturaleza	Valor
	ACTIVIDADES							
	Alojamiento	Restauración	SPA	Zooterapia	Sala de juegos	Parqueadero		
Modificación de la calidad del agua	-11	-8	-20	-10			-	-49
Ocupación de suelo con infraestructura turística	19	16	20	8	19	19	+	101
Calidad del aire						-11	-	-11
Implementación de áreas verdes y enriquecimiento de la biodiversidad	10			14			+	24
Preservación de las especies	8			10			+	28

Modificación del paisaje	11	11	15	8	17	8	+	70
Diversificación de servicios de salud en el lodge	14	10	13	8	10		+	55
Generación de recursos económicos	17	19	17	17	17		+	87
Innovar espacios de juegos y ocio para niños y adultos					11		+	11
Ingresos económicos	17	18	16	19	14		+	84
Plazas de empleo	17	19	17	14	12	12	+	91

Fuente: Elaborado por las autoras.

## 6.9 Jerarquización

Las matrices de jerarquización permiten tener una mejor clasificación de los valores más altos en los impactos sean positivos o negativos.

### Jerarquización de impactos positivos

**Tabla 73:**

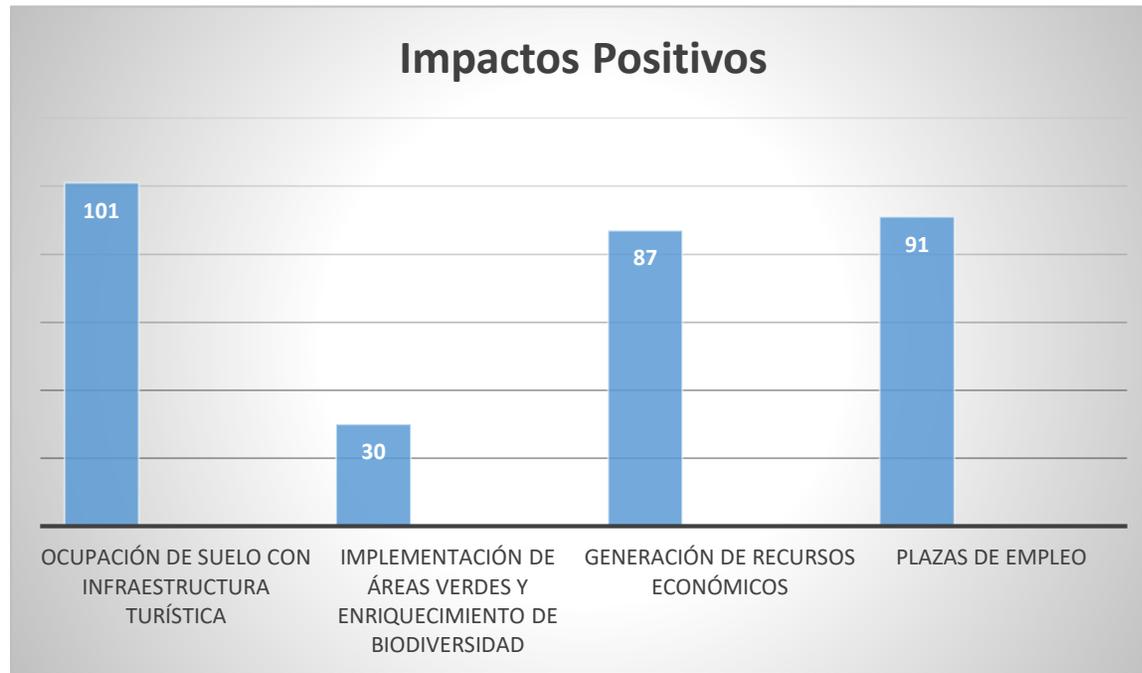
*Jerarquización de impactos positivos etapa de construcción*

ETAPA DE CONSTRUCCIÓN		
Factores	Impactos ambientales	Jerarquización
Biofísico	Ocupación de suelo con infraestructura turística	101
Biótico	Implementación de áreas verdes y enriquecimiento de biodiversidad	30
Cultural-Recreativo	Generación de recursos económicos	87
Socio-Económico	Plazas de empleo	91

Fuente: Elaborado por las autoras.

**Nota:** La tabla describe la jerarquización de los impactos positivos en la etapa de construcción y operación, siendo el impacto de ocupación de suelo con infraestructura turística el mayor impacto positivo en el proyecto.

**Figura 40:**  
*Impactos positivos*



*Fuente: Tomado de Excel*

**Nota:** Se representa mediante un gráfico el grado de interacción que generan los impactos positivos.

## Jerarquización de impactos negativos

**Tabla 74:**

*Jerarquización de impactos negativos etapa de construcción*

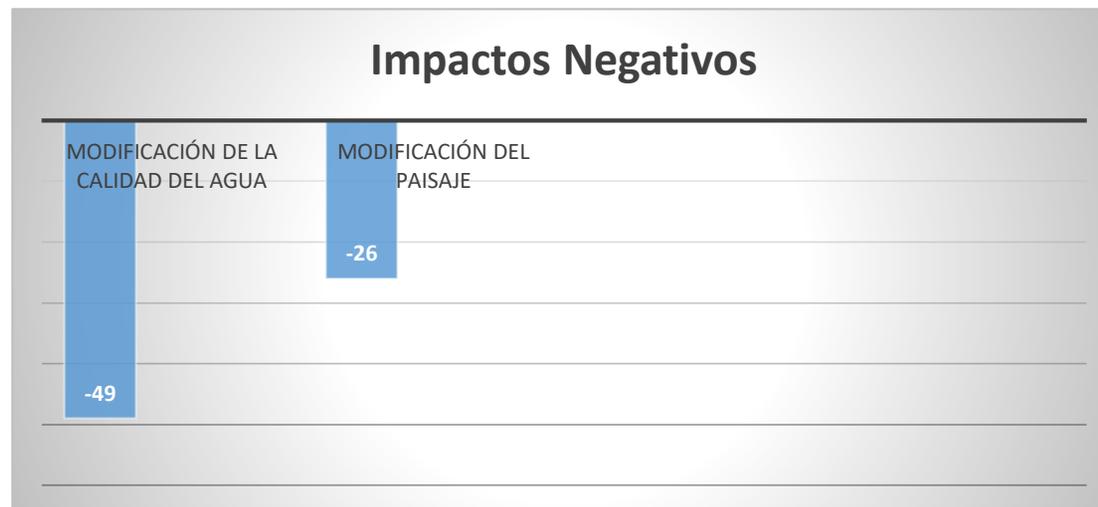
ETAPA DE CONSTRUCCIÓN		
Factores	Impactos ambientales	Jerarquización
Biofísico	Modificación de la calidad del agua	-49
Cultural-Recreativo	Modificación del paisaje	-26

Fuente: Elaborado por las autoras.

**Nota:** La tabla describe la jerarquización de los impactos negativos en la etapa de construcción y operación, siendo el impacto de modificación de la calidad del agua el mayor impacto negativo en el proyecto.

**Figura 41:**

*Impactos negativos*



Fuente: 4 Tomado de Excel

**Nota:** Se representa mediante un gráfico el grado de afectación que generan los impactos negativos en la implementación del proyecto.

### 6.10 Plan De Manejo ambiental

Se muestra la tabla de plan de manejo ambiental que nos ayudara a generar medidas de mitigación en los impactos identificados en la evaluación de impactos.

**Tabla 75:**

*Plan de manejo ambiental*

Factor ambientales	es	Subfactores ambientales	Impactos ambientales	de	Medidas de mitigación	Responsable	Costo	Tiempo	Observaciones
Biofísico	Suelo	Ocupación de suelo con infraestructura turística	de	Los residuos que se generen deben ser recolectados adecuadamente.	Ing. ambiental	\$100	Durante la obra	Recoger los desechos eliminados	
	Agua	Modificación de la calidad del agua		Tratamiento de aguas	Ing. ambiental	\$350	Permanente	Se construirá una planta de tratamiento para el	

									buen manejo del recurso.
<b>Biótico</b>	Flora y fauna	Implementación de áreas verdes y enriquecimiento de biodiversidad	Cuidado de la vegetación y biodiversidad		Ing. ambiental	\$80	Cada mes		Concientizar a los empleados y personas para un buen cuidado
<b>Cultural-Recreativo</b>	Zona de recreo	Generación de recursos económicos	No necesita mitigación			\$400	Cada mes		
	Paisaje	Modificación del paisaje	Siembra de flora en áreas estratégicas		Ing. ambiental	\$30	Cada 6 meses		Cuidado de la flora.
		Plazas de empleo	No necesita mitigación			\$400	Cada mes		Se realizara contratos de trabajo

Fuente: Elaborada por las autoras.

**Nota:** La matriz de plan de manejo ambiental describe las medidas de mitigación que se llevara a cabo para la minimización de los impactos ambientales.

## CONCLUSIONES

Lita, como lugar turístico de importante afluencia de turistas, presenta factores imprescindibles para la implementación de un lodge con zooterapia, dando un plus a la zona y a su vez retroalimentando a los puntos estratégicos que se necesita para la ejecución de un proyecto de esta magnitud; el clima, la geografía y la accesibilidad son idóneos para la ejecución del proyecto, ya que es una proyección de lo que el turista busca al reencontrarse con la naturaleza.

El segmento de mercado consumidor corresponde a hombres y mujeres que oscilan entre los 36 a 64 años de edad (personas menores de 18 años podrán ingresar en compañía de un adulto), que provienen de diferentes ciudades o países especialmente de la ciudad de Ibarra, casados, con estudios de tercer nivel/superior que trabajan y tienen ingresos hasta los 900 dólares de un nivel socio económico medio-alto, por adquirir los servicios de los productos a ofertar y además tienen preferencia por el turismo de naturaleza.

La construcción del lodge estará en un terreno de dos hectáreas ubicado en la vía san Lorenzo, en el sector San Pedro, parroquia de Lita el mismo que contara con cinco áreas cada una debidamente aprovechadas como son alojamiento (7 cabañas), restauración (7 mesas), zona húmeda (piscina, sauna, turco, hidromasaje, baños de cajón y de chocolate), sala de juegos (sala intelectual, sala para juegos electrónicos, sala de videojuegos) y parqueadero (12 vehículos), para las funciones operativas el lodge tendrá cinco trabajadores capacitados.

Por consiguiente, el lodge dispondrá de un logo, slogan y colores corporativos los cuales darán un toque romántico y lujoso al lugar, las estrategias de posicionamiento, fidelización y comercialización ayudarán a impulsar la marca en el mercado generando confianza, fidelidad y procurando que la marca logre quedarse

en la mente del consumidor, de igual manera en la oferta brindada el huésped se llevara los mejores recuerdos y experiencias adquiriendo nuestros servicios.

Para ilustrar mejor los resultados del plan de financiamiento se elaboró un estudio detallando los siguientes puntos; la inversión del proyecto que asciende a \$188.664 dólares la misma que se financiará con un 51.51% por la cantidad de \$ 97.032 que es el patrimonio que se posee y el 48.49 % financiada por la cantidad de \$ 91.632 que será obtenido por la entidad (BanEcuador), con una tasa interna de rentabilidad del 35.41% de inversión en función del flujo efectivo y determinando un valor actual neto positivo de 138195 dando aceptación al proyecto, de acuerdo al punto de equilibrio existe una proyección de ingresos y egresos en el año 3, lo que significaría que el proyecto es factible y se empezará a obtener ganancia a partir del tercer año de trabajo.

Tras el análisis del estudio ambiental, podemos deducir que los impactos positivos que generará el emprendimiento para fortalecer al sector tanto económicamente como en la parte laboral son; la ocupación de suelo con infraestructura y la implementación de áreas verdes, mientras que en los impactos negativos se inclinan a la modificación del paisaje y la calidad de agua, mediante el plan de manejo ambiental se efectuaran estrategias como la trata de aguas de esta manera se tomaran en cuenta varias medidas de mitigación buscando mantener una completa armonía con el medio ambiente.

## **RECOMENDACIONES**

Realizar una vista de campo a la zona donde se implementará el emprendimiento para definir con claridad los elementos necesarios que serán de ayuda en la investigación.

Realizar un estudio financiero completo para calcular los costos y porcentajes de la construcción del emprendimiento, con esto se logra un mejor manejo de las cifras a utilizar en el mismo y conocer si es favorable.

Elaborar un plan de manejo ambiental minucioso para controlar y prevenir en su gran mayoría los impactos negativos que puede ocasionar la ejecución del emprendimiento.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alban, G. P., Arguello, A. E., & Molina, N. E. (2020). Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento. *Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción)*, 176.
- Anchundia, J. I., & Solórzano, M. D. (2017). *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 259-272. Obtenido de file:///C:/Users/pc1/Downloads/Dialnet-EIAlojamientoTuristicoEnHogares-6133523%20(1).pdf
- Anchundia, J. I., & Solórzano, M. D. (2017). EL ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN HOGARES. *International Journal of Scientific*, 259-273.
- ARAGÓN. (27 de 2 de 2003). *LEY DE TURISMO DE ARAGÓN*. Obtenido de <http://www.ceav.info/legislacion/leyes-de-ordenacion/ley-62003-de-27-de-febrero/capitulo-ii-empresas-de-alojam.htm>
- Bell, A. (2014). *maisfontes*. Obtenido de <https://ar.maisfontes.com/bahnschrift>
- Cordones, E. (Septiembre de 2014). *Aplicacion de terapia asistida con animales*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/16703/1/T-UCE-0020-CDI-076.pdf>
- Europea, I. d. (22 de Marzo de 2019). *Instituto de educación Europea*. Obtenido de Instituto de educación Europea: <https://ieeducacion.com/equinoterapia/#:~:text=La%20equinoterapia%20es%20un%20tipo,personas%20que%20padecen%20una%20discapacidad>.
- FERNÁNDEZ, A. (08 de Mayo de 2020). *MYanimal* . Obtenido de MYanimal : <https://myanimals.com/es/en-que-consiste-la-cuniterapia/>
- GABANDÉ, E. R. (2014). La Cuina de Catalunya. *Revista de Cuina* .

- Gordón, A. (20 de 01 de 2020). *Mascotas Foyel* . Obtenido de Mascotas Foyel : [https://www.foyel.com/paginas/2013/10/1553/la\\_caninoterapia\\_o\\_canoterapia\\_en\\_la\\_recuperacion/](https://www.foyel.com/paginas/2013/10/1553/la_caninoterapia_o_canoterapia_en_la_recuperacion/)
- Imbabura, G. P. (2021). *Prefectura de Imbabura* . Obtenido de Prefectura de Imbabura : <https://www.imbabura.gob.ec/index.php/imbabura/resena-historica>
- Imbabura, G. P. (s.f.). *Direccion de turismo* . Obtenido de Direccion de turismo : <https://visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=545>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2003). Fundamentos de Marketing. En P. Kotler, & G. Amstrong, *Fundamentos de Marketing* (pág. 589). Pearson Educación.
- Lita, P. (25 de Julio de 2019). *Prefectura de Imbabura* . Obtenido de Prefectura de Imbabura : <https://www.imbabura.gob.ec/index.php/componente-territorial/instrumentos-de-planificacion/pdot-parroquial/file/524-pdot-lita>
- López, Moreno, & Rodríguez. (2015). Hipoterapia como técnica de habilitación y rehabilitación. *Revista Universitaria de Salud*, 271-279.
- Maqueda, A. D. (2020). Vivotecnia Research. *MyAnimals* .
- Martínez, C. (2018). Investigación descriptiva: definición, tipos y características. . *Lifeder* .
- MINISTERIO DE TURISMO. (09 de junio de 2020). *GOB.ec portal unico de tramites ciudadanos*. Obtenido de <https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas#requirements>
- MINISTERIO DE TURISMO. (23 de Febrero de 2021). *Gob.ec portal único de trámites ciudadanos*. Obtenido de <https://www.gob.ec/mintur/tramites/emision-certificado-registro-turismo-primera-vez-alojamiento-persona-natural>

- Mondelo, L. (25 de 08 de 2020). *PODOACTIVA* . Obtenido de *PODOACTIVA* : <https://www.podoactiva.com/es/blog/terapia-con-peces-o-ictioterapia-es-peligrosa-para-la-salud-de-los-pies>
- Morfín Herrera, M. d. (2006). Administración de Comedor y Bar.
- Noren, A. (2020). *rebeccaadventuretravel*. Obtenido de *rebeccaadventuretravel*: <https://www.rebeccaadventuretravel.com/informacion-general-del-ecuador/?lang=es>
- OMT. (abril de 2014). *Scielo*. Obtenido de *Scielo*: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-58982014000100005#:~:text=La%20OMT%20define%20los%20atractivos%20tur%C3%ADsticos%20como%3A&text=Mientras%20que%20el%20recurso%20tur%C3%ADstico,una%20actividad%20f%C3%ADsica%20o%20intelectual](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-58982014000100005#:~:text=La%20OMT%20define%20los%20atractivos%20tur%C3%ADsticos%20como%3A&text=Mientras%20que%20el%20recurso%20tur%C3%ADstico,una%20actividad%20f%C3%ADsica%20o%20intelectual).
- Oropesa, García, Puente, & Matute. (2019). Terapia asistida con animales como fuente de recurso en el tratamiento rehabilitador. *MEDISAN*.
- Sena, N. P. (2016). Terapia asistida con animales: aproximación conceptual a los beneficios de animales con las personas. *Reflexion* .
- TURISMO, M. D. (18 de Febrero de 2016). *REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURISTICO*. Obtenido de *REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURISTICO*: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- VARGAS, R. B. (2012). *PROPUESTA DE PROGRAMA DE SOCIALIZACIÓN Y PREPARACIÓN DE ANIMALES DE GRANJA (OVEJAS Y CONEJOS) PARA TERAPIA DE*. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/131684/Propuesta-de-programa-de-socializaci%C3%B3n-y-preparaci%C3%B3n-de-animales-de-granja-%20%28ovejas-y-conejos%29-para-terapia-de>

rehabilitaci%C3%B3n-en-personas-con-  
discapacidad.pdf?sequence=1&isAllo

VARGAS, R. B. (2012). PROPUESTA DE PROGRAMA DE SOCIALIZACIÓN Y PREPARACIÓN DE ANIMALES DE GRANJA (OVEJAS Y CONEJOS) PARA TERAPIA DE. En R. B. VARGAS, *PROPUESTA DE PROGRAMA DE SOCIALIZACIÓN Y PREPARACIÓN DE ANIMALES DE GRANJA (OVEJAS Y CONEJOS) PARA TERAPIA DE* (pág. 33). Santiago de Chile . Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/131684/Propuesta-de-programa-de-socializaci%C3%B3n-y-preparaci%C3%B3n-de-animales-de-granja-%20%28ovejas-y-conejos%29-para-terapia-de-rehabilitaci%C3%B3n-en-personas-con-discapacidad.pdf?sequence=1&isAllo>

Zamora, L. C., & Valarezo, C. A. (2013). FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES. *ANÁLISIS CUALITATIVO DEL ESTRÉS*.

ANEXOS

# ANEXOS

## ANEXO 1: Pagina web



## ANEXO 2: Encuesta



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

**Tema:** "LODGE CON ZOOTERAPIA COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA DE LITA, IMBABURA, ECUADOR"

**Objetivo:** Implementar un lodge con zooterapia como alternativa de desarrollo turístico en la parroquia de Lita, cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, como una nueva forma de descanso y relajación promoviendo la idea de turismo ecológico.

### ENCUESTA

#### DATOS GENERALES

##### Género

- Masculino
- Femenino
- Otros

##### Edad

- 19 años a 35 años
- 36 años a 64 años
- 65 años en adelante

##### Estado civil

- Soltero
- Casado
- Divorciado

- Viudo
- Unión Libre

**Nivel educativo**

- Primaria
- Secundaria
- Tercer Nivel/Superior
- Cuarto Nivel/Posgrado
- Post Doctorado
- PhD

**Ingresos económicos.**

- Menor a 400 dólares
- De 401 a 900 dólares
- De 901 a 1500 dólares
- Más de 1501 dólares

**Cargo ocupacional.**

- Empleado Público
- Empleado Privado
- Trabajador independiente
- Estudiante
- Jubilado

**PERFIL TURÍSTICO**

**Cuando usted realiza sus viajes prefiere el turismo de:**

- Sol y Playa
- Aventura
- Naturaleza
- Cultural

**¿En compañía de quien realiza sus viajes?**

- Familiares
- Pareja
- Amigos
- Solo

**¿Le gustaría conocer un lodge que contenga la interacción con animales de granja o corral para fomentar el servicio turístico? Si su respuesta es afirmativa continúe, caso contrario finalice la encuesta.**

- Si
- No

**¿Con qué frecuencia en el año realiza viajes a un lodge?**

- 1 a 2 veces
- 3 a 4 veces
- 5 a 6 veces
- 7 en adelante

**¿Cuál es el gasto promedio?**

- \$ 50 - \$ 100
- \$101 - \$ 150
- \$ 151 -\$ 200
- \$ 200 en adelante

**¿Ha escuchado hablar del término zooterapia (terapia con animales)?**

- Si
- No

**¿Qué tipo de animal prefiere para realizar la zooterapia?**

- Caballos
- Conejos
- Peces
- Perros

**¿Le gustaría vivir una experiencia con zooterapia de los animales anteriormente mencionados?**

- Si
- No

**Con la zooterapia obtenemos varios beneficios. ¿Cuáles de estos serían de gran ayuda para usted? Marque 2 opciones.**

- Aumenta la autoestima
- Mejores vínculos interpersonales
- Desarrollo muscular y motriz
- Mente en equilibrio
- Facilita la relajación

**De existir un lodge con zooterapia en Lita. ¿Desearía usted hospedarse en él?**

- Si
- No

**¿Qué servicios son los de su preferencia? Escoja 5 opciones.**

- Actividades culturales
- Deportes de aventura
- Cabalgatas
- Senderismo
- Visita sitios naturales
- Alojamiento
- Gastronomía
- Visita a familiares
- Visita a cascadas y ríos
- Spa

**¿Para el servicio de alojamiento que preferiría?**

- Cabañas triangulares de madera

- Cabañas triangulares mixtas
- Cabañas de (ladrillo/bloque/cemento)
- Camping

**¿Qué tipo de alimentación le gustaría que se ofrezca?**

- Gastronomía típica del lugar (caldo de gallina, fritada, trucha)
- Platos a la carta
- Platos exóticos
- Menú del día

**¿Cuál de las siguientes opciones escogería? - Escoja solo un paquete.**

- Opción 1

UN DÍA \$ 35

INCLUYE

- PISCINAS
- Hidromasaje
- ZOOTERAPIA (elige 2 animales)
- Conejo
- Perro
- Caballo
- Peces
- ALMUERZO (elige 1 opción)
- Gastronomía típica del lugar (caldo de gallina, fritada, trucha)
- Menú del día

- Opción 2

DOS DÍAS- UNA NOCHE \$95

INCLUYE

-ALOJAMIENTO

- RESTAURANTE (2 desayunos, almuerzo y cena)
- PISCINAS
- turco
- Hidromasaje
- ZOOTERAPIA (elige 2 animales)
- Conejo
- Perro
- Caballo
- Peces

Opción 3

TRES DÍAS \$200

INCLUYE

- ALOJAMIENTO
- RESTAURANTE (2 Desayunos, 3 Almuerzos y 2 Cenas)
- SPA
- Terapia de chocolate
- Masaje
- PISCINAS
- Turco
- Hidromasaje
- ZOOTERAPIA (elige 3 animales)
- Conejo
- Perro
- Caballo
- Peces

Opción 4

CUATRO DÍAS \$299

Todo incluido

- ALOJAMIENTO

- RESTAURANTE (3 desayunos, 3 almuerzos y 2 cenas)
- SPA
- Terapia de chocolate
- Baño de cajón
- Masaje
- PISCINAS
- Sauna
- Turco
- Hidromasaje
- SALA DE JUEGOS
- Villar
- Tenis de mesa
- Video juegos
- Juegos de mesa
- ZOOTERAPIA
- Conejo
- Perro
- Caballo
- Peces

**¿Por qué medios le gustaría conocer sobre los productos que se va a ofertar?**

- Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram)
- Correo electrónico
- Página web
- Agencias de viaje
- Volantes
- Boca a boca
- Radio

### Anexo 3: Tabla de amortización

Plazo (Meses, semanas, días)	Saldo insoluto	Pago mensual total	Capital	Intereses	
1	\$91.189,70	\$1.221,60	\$441,97	779,63	0,00
2	\$90.743,98	\$1.221,60	\$445,73	775,87	0,00
3	\$90.294,45	\$1.221,60	\$449,52	772,08	0,00
4	\$89.841,11	\$1.221,60	\$453,34	768,26	0,00
5	\$89.383,91	\$1.221,60	\$457,20	764,40	0,00
6	\$88.922,82	\$1.221,60	\$461,09	760,51	0,00
7	\$88.457,80	\$1.221,60	\$465,02	756,58	0,00
8	\$87.988,83	\$1.221,60	\$468,97	752,63	0,00
9	\$87.515,87	\$1.221,60	\$472,96	748,64	0,00
10	\$87.038,88	\$1.221,60	\$476,99	744,61	0,00
11	\$86.557,84	\$1.221,60	\$481,04	740,56	0,00
12	\$86.072,70	\$1.221,60	\$485,14	736,46	0,00
13	\$85.583,44	\$1.221,60	\$489,26	732,34	0,00
14	\$85.090,01	\$1.221,60	\$493,43	728,17	0,00
15	\$84.592,38	\$1.221,60	\$497,63	723,97	0,00
16	\$84.090,52	\$1.221,60	\$501,86	719,74	0,00
17	\$83.584,39	\$1.221,60	\$506,13	715,47	0,00
18	\$83.073,96	\$1.221,60	\$510,44	711,16	0,00
19	\$82.559,18	\$1.221,60	\$514,78	706,82	0,00
20	\$82.040,02	\$1.221,60	\$519,16	702,44	0,00
21	\$81.516,44	\$1.221,60	\$523,58	698,02	0,00
22	\$80.988,41	\$1.221,60	\$528,03	693,57	0,00
23	\$80.455,89	\$1.221,60	\$532,52	689,08	0,00
24	\$79.918,83	\$1.221,60	\$537,05	684,55	0,00
25	\$79.377,21	\$1.221,60	\$541,62	679,98	0,00
26	\$78.830,98	\$1.221,60	\$546,23	675,37	0,00
27	\$78.280,10	\$1.221,60	\$550,88	670,72	0,00
28	\$77.724,53	\$1.221,60	\$555,57	666,03	0,00
29	\$77.164,24	\$1.221,60	\$560,29	661,31	0,00
30	\$76.599,17	\$1.221,60	\$565,06	656,54	0,00
31	\$76.029,31	\$1.221,60	\$569,87	651,73	0,00
32	\$75.454,59	\$1.221,60	\$574,72	646,88	0,00
33	\$74.874,98	\$1.221,60	\$579,61	641,99	0,00
34	\$74.290,44	\$1.221,60	\$584,54	637,06	0,00
35	\$73.700,93	\$1.221,60	\$589,51	632,09	0,00
36	\$73.106,40	\$1.221,60	\$594,53	627,07	0,00
37	\$72.506,82	\$1.221,60	\$599,59	622,01	0,00
38	\$71.902,13	\$1.221,60	\$604,69	616,91	0,00
39	\$71.292,30	\$1.221,60	\$609,83	611,77	0,00
40	\$70.677,27	\$1.221,60	\$615,02	606,58	0,00
41	\$70.057,02	\$1.221,60	\$620,25	601,35	0,00
42	\$69.431,49	\$1.221,60	\$625,53	596,07	0,00
43	\$68.800,63	\$1.221,60	\$630,85	590,75	0,00
44	\$68.164,41	\$1.221,60	\$636,22	585,38	0,00
45	\$67.522,78	\$1.221,60	\$641,63	579,97	0,00

46	\$66.875,68	\$1.221,60	\$647,09	574,51	0,00
47	\$66.223,09	\$1.221,60	\$652,60	569,00	0,00
48	\$65.564,93	\$1.221,60	\$658,15	563,45	0,00
49	\$64.901,18	\$1.221,60	\$663,75	557,85	0,00
50	\$64.231,78	\$1.221,60	\$669,40	552,20	0,00
51	\$63.556,69	\$1.221,60	\$675,09	546,51	0,00
52	\$62.875,85	\$1.221,60	\$680,84	540,76	0,00
53	\$62.189,22	\$1.221,60	\$686,63	534,97	0,00
54	\$61.496,74	\$1.221,60	\$692,47	529,13	0,00
55	\$60.798,38	\$1.221,60	\$698,37	523,23	0,00
56	\$60.094,07	\$1.221,60	\$704,31	517,29	0,00
57	\$59.383,77	\$1.221,60	\$710,30	511,30	0,00
58	\$58.667,43	\$1.221,60	\$716,34	505,26	0,00
59	\$57.944,99	\$1.221,60	\$722,44	499,16	0,00
60	\$57.216,41	\$1.221,60	\$728,58	493,02	0,00
61	\$56.481,62	\$1.221,60	\$734,78	486,82	0,00
62	\$55.740,59	\$1.221,60	\$741,04	480,56	0,00
63	\$54.993,25	\$1.221,60	\$747,34	474,26	0,00
64	\$54.239,55	\$1.221,60	\$753,70	467,90	0,00
65	\$53.479,43	\$1.221,60	\$760,11	461,49	0,00
66	\$52.712,86	\$1.221,60	\$766,58	455,02	0,00
67	\$51.939,75	\$1.221,60	\$773,10	448,50	0,00
68	\$51.160,07	\$1.221,60	\$779,68	441,92	0,00
69	\$50.373,76	\$1.221,60	\$786,31	435,29	0,00
70	\$49.580,76	\$1.221,60	\$793,00	428,60	0,00
71	\$48.781,01	\$1.221,60	\$799,75	421,85	0,00
72	\$47.974,45	\$1.221,60	\$806,55	415,05	0,00
73	\$47.161,04	\$1.221,60	\$813,42	408,18	0,00
74	\$46.340,70	\$1.221,60	\$820,34	401,26	0,00
75	\$45.513,38	\$1.221,60	\$827,32	394,28	0,00
76	\$44.679,02	\$1.221,60	\$834,36	387,24	0,00
77	\$43.837,57	\$1.221,60	\$841,46	380,14	0,00

## Anexo 4: Reporte urkund



### Document Information

---

<b>Analyzed document</b>	"LODGE CON ZOOTERAPIA COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA DE LITA, IMBABURA, ECUADOR"...pdf (D114270505)
<b>Submitted</b>	2021-10-05 02:42:00
<b>Submitted by</b>	ECHEVERRIA CACHIPUENDO GALO OSWALDO
<b>Submitter email</b>	goecheverria@utn.edu.ec
<b>Similarity</b>	8%
<b>Analysis address</b>	goecheverria.utn@analysis.orkund.com