

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



TEMA:

**“IMPLEMENTACIÓN DE UN LODGE EN LA FINCA “SANTA CATALINA”
PARROQUIA ALTO-TAMBO, PROVINCIA DE ESMERALDAS”**

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

AUTOR(ES): MIGUEL ÁNGEL MEJÍA MORENO

DIRECTOR: MSC. FABIO ELTON CRUZ GÓNGORA

IBARRA, 2022

APROBACIÓN DIRECTOR TRABAJO DE GRADO

Certifico que el Trabajo de Grado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LODGE EN LA FINCA "SANTA CATALINA" PARROQUIA ALTO-TAMBO, PROVINCIA DE ESMERALDAS, ha sido realizado en su totalidad por el señor Mejía Moreno Miguel Ángel portador de la cédula de identidad número 172626983-8.



.....
MSc. Cruz Góngora Fabio Elton

C.I. 100273758-1



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 IDENTIDAD:	DE	172626983-8	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Mejía Moreno Miguel Ángel	
DIRECCIÓN:	Cristóbal tobar subía y Luis Madero		
EMAIL:	mamejiam@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	022323402	TELÉFONO MÓVIL:	0987704677

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	IMPLEMENTACIÓN DE UN LODGE EN LA FINCA "SANTA CATALINA" PARROQUIA ALTO-TAMBO, PROVINCIA DE ESMERALDAS"
AUTOR (ES):	Mejía Moreno Miguel Ángel
FECHA: DD/MM/AAAA	15/03/2021
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ing turismo
ASESOR /DIRECTOR:	MSC. FABIO ELTON CRUZ GÓNGORA

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 07 días del mes de julio de 2022.

EL AUTOR:

(Firma) 
Nombre: Miguel Ángel Mejía Moreno

DEDICATORIA

Le dedico este trabajo principalmente a mi amada madre Letisia Mejía quien cada día me brindó su apoyo, y en los momentos más difíciles fue una luz de esperanza para guiar mi camino, a mi familia en general que siempre me motivo a superarme. En fin, todas las personas que me acompañaron en este camino y que por medio de las experiencias vividas entendí que el turismo es mi pasión.

Mejía Moreno Miguel Ángel

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecer a mi madre Letisia Mejía porque sin su esfuerzo no hubiese sido posible el cumplimiento de esta meta, a mi padrastro Robin Pérez que con sus sabios consejos me motivaron a continuar todos los días, a mi tutor técnico Msc. Armando Flores por la dirección y paciencia que brindo para la culminación de este proyecto, a mi profesor y amigo incondicional que siempre está para guiarme por el buen camino Fabio Cruz. Finalmente, a mis amigos más cercanos los cuales de forma directa o indirectamente me dieron su apoyo que continúe con mis estudios hasta culminar mi vida universitaria.

Mejía Moreno Miguel Ángel

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DIRECTOR TRABAJO DE GRADO.....	ii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE TABLAS	ix
RESUMEN EJECUTIVO	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN	xviii
OBJETIVOS.....	xx
CAPÍTULO I.....	1
1. Antecedentes	1
1.1 Diagnóstico	1
1.2 Propuesta de la idea de negocios	3
1.3 Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios.....	6
1.4 Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio. ...	7
1.4.1 Análisis de la industria.....	7
1.4.1.1 Situación del macro ambiente:	9
1.4.1.2 Político legal.....	9
1.4.1.3 Socio cultural.....	9
1.4.1.4 Económico	10

1.4.1.5 Tecnológico.....	10
1.4.1.6 Medioambiente.....	10
1.4.2 Situación competitiva	11
1.4.2.1 Infraestructura	11
1.4.2.2 Inversiones de la industria.....	11
1.4.2.3. Número de competidores	11
1.5 Riesgos y oportunidades de la idea de negocio	11
1.6. Fundamentos teóricos.....	13
1.6.1 Turismo. - Definición:	13
1.6.2 Alojamiento turístico	13
1.6.3 Lodge.....	14
1.6.4 Actividades turísticas del logde	14
1.6.4.1 Cabañas.....	15
1.6.4.2 Piscinas.....	15
1.6.4.3 Pesca deportiva	15
1.6.4.4 La pesca deportivo-recreativa	15
1.6.4.5 Área de camping	16
1.6.4.6 Áreas deportivas	16
1.7 Fundamentación legal.....	16
1.7.1 Constitución de la república del Ecuador.....	17
1.7.2 Sección segunda ambiente sano	17
1.7. 3 sección cuarta cultura y ciencia.....	18
1.7.4 Capítulo IV derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades	18
1.8. Análisis de la ley de turismo	20
1.8.1. Capítulo V de las categorías	20
1.8.2 Reglamento general aplicado a la ley de turismo	20
1.8.3 Capítulo II del registro único de turismo	22
1.8.4 Capítulo IV de la licencia única anual de funcionamiento	23
1.8.5 Reglamento de alojamiento turístico	25
1.8.6 Capitulo II – sección I de los procedimientos de registro, inspección e identificación	25
1.8.7 Sección II del procedimiento de licenciamiento	27

1.8.8. De la comercialización	37
CAPITULO II	38
2. Estudio de mercado	38
2.1 Tipo de investigación	38
2.2 Análisis de la demanda	39
2.3. Caracterización de la demanda	41
2.4. Segmentación de mercado	58
2.5. Análisis de la oferta	59
2.6. Proyección de la competencia.....	60
2.7. Análisis de la demanda	61
2.8 Proyección de la demanda competencia	61
2.8.1 Demanda potencial	62
2.9. Proyección de la demanda potencial	63
2.10. Demanda Insatisfecha.....	64
CAPITULO III	66
3. Estudio técnico administrativo	66
3.1 Macro localización.....	66
3.2 Micro localización	67
3.3 Estructura organizativa y administrativa	69
3.3.1 Misión.....	70
3.3.2 Visión	70
3.3.3 Políticas	70
3.3.4 Valores y principios	71
3.3.5 Imagen corporativa	72
3.3.6 Organigrama funcional	73
3.4 Manual de funciones y políticas de remuneración	75
3.5 Flujograma general de producción de servicios turísticos	84
3.5.1 Descripción del diagrama de flujos.....	84
3.5.1.1 Flujograma general de producción de servicios turísticos	84
3.5.1.2 Flujograma del servicio de piscina.....	85
3.5.1.3 Flujograma del servicio de alimentación.....	86
3.5.1.4 Flujograma del servicio de recreación	87

3.5.1.5 Flujograma del servicio de Hospedaje	88
3.6 Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual	89
CAPITULO IV.....	119
4. Plan de comercialización y de marketing	119
4.1. Datos generales de la idea.....	119
4.2 Canales de Distribución	122
4.3 Publicidad	125
4.4 Aplicación posible de la gama de productos en el futuro	130
4.5 Investigación y análisis de las estrategias y métodos de mercadeo más apropiadas a utilizar	131
CAPITULO V.....	132
5 Estudio ambiental.....	132
5.1. Descripción de las acciones/actividades del proyecto o emprendimiento	132
CAPÍTULO VI.....	156
6. Estudio económico financiero.....	156
6.1. Estado de situación inicial	156
6.2 Flujo de efectivo	158
6.3 Proyección de ingresos y gastos	160
6.3.1. Costo de capital	161
6.3.2. Flujo económico proyectado.....	163
6.4. Cálculo de la tasa interna de retorno	163
6.5. Cálculo del valor actual neto	163
6.6. Punto de equilibrio	164
Conclusiones y Recomendaciones	167
Conclusiones	167
Recomendaciones	169
Bibliografía	176
Anexos.....	179

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Factores</i>	8
<i>Tabla 2. Matriz foda</i>	12

<i>Tabla 3. Alojamiento turístico</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 4. Requisitos de categorización.....</i>	<i>30</i>
<i>Tabla 5. Género.....</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 6. Edad de la población.....</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 7. Nivel de educación Formal.....</i>	<i>44</i>
<i>Tabla 8. Lugar de residencia.....</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 9. ¿Cuál es su principal motivación de viaje?.....</i>	<i>46</i>
<i>Tabla 10. ¿Cuándo prefiere realizar sus viajes?</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 11. ¿En qué mes o meses del año prefiere realizar sus viajes?</i>	<i>49</i>
<i>Tabla 12. ¿Con quién prefiere realizar sus viajes?.....</i>	<i>50</i>
<i>Tabla 13. ¿Por qué medios se informa de nuevos sitios turísticos?</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 14. ¿Cuándo viaja, ¿generalmente cuánto gasta por día?</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 15. ¿Cuándo usted viaja a Esmeraldas, ¿le gustaría hospedarse en el Lodge “Santa Catalina”?</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 16. ¿Qué elementos valora en un Lodge? Seleccione máximo dos.</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 17. ¿Qué actividades le gustaría realizar en el Lodge “Santa Catalina”? Seleccione máximo cinco.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 18. ¿Qué servicios contrataría durante su viaje en el Lodge “Santa Catalina”? Seleccione máximo cuatro.</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 19. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche de alojamiento en una cabaña del Lodge “Santa Catalina”?</i>	<i>58</i>
<i>Tabla 20. ¿Cuántos días permanecería en el Lodge “Santa Catalina”?</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 21. Segmentación de mercado.....</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 22. Análisis de la oferta</i>	<i>62</i>
<i>Tabla 23. Proyección de la competencia.....</i>	<i>62</i>
<i>Tabla 24. Proyección de la demanda</i>	<i>64</i>
<i>Tabla 25. Demanda potencial</i>	<i>65</i>
<i>Tabla 26. Proyección de la demanda</i>	<i>66</i>
<i>Tabla 27. Proyección de la demanda insatisfecha</i>	<i>66</i>
<i>Tabla 28. Demanda insatisfecha</i>	<i>68</i>
<i>Tabla 29. Manual de funciones del administrador</i>	<i>78</i>
<i>Tabla 30. Remuneración del personal administrativo</i>	<i>79</i>

<i>Tabla 31. Manual de funciones de la secretaria/recepcionista</i>	<i>79</i>
<i>Tabla 32. Remuneración del personal de recepción/secretaria</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 33. Remuneración del personal de contador</i>	<i>81</i>
<i>Tabla 34. Manual de funciones del encargado del Chef</i>	<i>81</i>
<i>Tabla 35. Remuneración del encargado del chef</i>	<i>82</i>
<i>Tabla 36. Manual de funciones del encargado del ayudante de cocina.....</i>	<i>82</i>
<i>Tabla 37. Remuneración del encargado del ayudante de cocina</i>	<i>83</i>
<i>Tabla 38. Manual de funciones del encargado del mesero</i>	<i>83</i>
<i>Tabla 39. Remuneración del encargado del mesero</i>	<i>84</i>
<i>Tabla 40. Manual de funciones del Encargado de manteniendo</i>	<i>84</i>
<i>Tabla 41. Remuneración del encargado de mantenimiento</i>	<i>85</i>
<i>Tabla 42. Manual de funciones del Guardián</i>	<i>85</i>
<i>Tabla 43. Remuneración del guardián</i>	<i>86</i>
<i>Tabla 44. Manual de funciones del Guía</i>	<i>86</i>
<i>Tabla 45. Remuneración del boletero</i>	<i>87</i>
<i>Tabla 46. Requisitos legales</i>	<i>93</i>
<i>Tabla 47. Presupuesto de construcción de Cabañas</i>	<i>96</i>
<i>Tabla 48. Presupuesto referencial construcción administración y recepción. ..</i>	<i>98</i>
<i>Tabla 49. Presupuesto referencial construcción del restaurante</i>	<i>100</i>
<i>Tabla 50. Presupuesto referencial construcción piscina.....</i>	<i>102</i>
<i>Tabla 51. Presupuesto referencial construcción piscina.....</i>	<i>103</i>
<i>Tabla 52. Presupuesto referencial construcción baterías sanitarias y duchas</i>	<i>104</i>
<i>Tabla 53. Presupuesto referencial construcción canchas de fulbito</i>	<i>106</i>
<i>Tabla 54. Presupuesto referencial construcción canchas de vóley.....</i>	<i>106</i>
<i>Tabla 55. Presupuesto referencial construcción juegos infantiles</i>	<i>107</i>
<i>Tabla 56. Tabla 56 . Presupuesto referencial construcción del Establo.....</i>	<i>108</i>
<i>Tabla 57. Presupuesto referencial construcción de piscinas de tilapias</i>	<i>109</i>
<i>Tabla 58. Presupuesto referencial construcción de zona de camping</i>	<i>110</i>
<i>Tabla 59. Presupuesto Total de la construcción.....</i>	<i>111</i>
<i>Tabla 60. Requerimientos de Equipos</i>	<i>112</i>
<i>Tabla 61. Requerimientos de Muebles y Enseres</i>	<i>113</i>
<i>Tabla 62. Requerimientos de Menaje.....</i>	<i>114</i>

<i>Tabla 63. Requerimientos de Menaje del área de aseo y limpieza.....</i>	<i>115</i>
<i>Tabla 64. Requerimientos de mano de obra del área de operación</i>	<i>116</i>
<i>Tabla 65. Requerimientos de mano de obra del departamento administrativo</i>	<i>116</i>
<i>Tabla 66. Requerimientos de mano de obra del departamento financiero.....</i>	<i>117</i>
<i>Tabla 67. Requerimiento de mano de obra del área recepción</i>	<i>117</i>
<i>Tabla 68. Requerimientos materia prima para la preparación del aguado de pollo</i>	<i>118</i>
<i>Tabla 69. Requerimientos materia prima para la preparación de Tilapia o Maito</i>	<i>119</i>
<i>Tabla 70. Materia prima complementaria.....</i>	<i>119</i>
<i>Tabla 71. Materia prima complementaria</i>	<i>119</i>
<i>Tabla 72. Requerimientos de insumos de limpieza del restaurante.....</i>	<i>121</i>
<i>Tabla 73. Requerimientos de insumos de limpieza de la piscina.....</i>	<i>121</i>
<i>Tabla 74. Requerimiento de insumos de limpieza de recepción, departamento financiero, administrativo y hospedaje</i>	<i>122</i>
<i>Tabla 75. Requerimientos de materiales de oficina</i>	<i>122</i>
<i>Tabla 76. Consumo mensual aparente de energía eléctrica</i>	<i>124</i>
<i>Tabla 77. Consumo anual de los servicios básicos.....</i>	<i>124</i>
<i>Tabla 78. Canales Directo e Indirecto</i>	<i>128</i>
<i>Tabla 79. Agencias y operadoras de turismo de la provincia de Quito</i>	<i>129</i>
<i>Tabla 80. Agencias y operadoras de turismo de la provincia de Imbabura.....</i>	<i>130</i>
<i>Tabla 81. Agencias y operadoras de turismo de la provincia de Imbabura.....</i>	<i>130</i>
<i>Tabla 82. Plan de comunicación del Lodge Santa Catalina.....</i>	<i>137</i>
<i>Tabla 83. Factores ambientales</i>	<i>140</i>
<i>Tabla 84. Actividades.....</i>	<i>141</i>
<i>Tabla 85. Análisis Ambiental</i>	<i>143</i>
<i>Tabla 86. Criterios de evaluación.....</i>	<i>145</i>
<i>Tabla 87. Rangos para el cálculo de la importancia ambiental.....</i>	<i>147</i>
<i>Tabla 88. Representación cromática</i>	<i>148</i>
<i>Tabla 89. Aplicación del método de Conesa</i>	<i>149</i>

<i>Tabla 90. Aplicación del método de Conesa</i>	<i>150</i>
<i>Tabla 91. Resumen matriz de impactos ambientales</i>	<i>151</i>
<i>Tabla 92. Representación cromática</i>	<i>152</i>
<i>Tabla 93. Jerarquización de impactos</i>	<i>153</i>
<i>Tabla 94. Matriz de Interpretación de Resultados</i>	<i>156</i>
<i>Tabla 95. Plan de manejo ambiental</i>	<i>158</i>
<i>Tabla 96. Estado de situación inicial</i>	<i>164</i>
<i>Tabla 97. Flujo de efectivo</i>	<i>166</i>
<i>Tabla 98. Cálculo de costo de capital.....</i>	<i>169</i>
<i>Tabla 99. Cálculo del TIR.....</i>	<i>170</i>
<i>Tabla 100. Cálculo de la tasa interna de retorno</i>	<i>171</i>
<i>Tabla 101. Cálculo del valor actual neto.....</i>	<i>171</i>
<i>Tabla 102. Punto de equilibrio multiproducto</i>	<i>172</i>

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Género.....</i>	<i>43</i>
<i>Figura 2. Edad de la población.....</i>	<i>44</i>
<i>Figura 3. Nivel de educación Formal.....</i>	<i>45</i>
<i>Figura 4. Lugar de residencia.....</i>	<i>46</i>
<i>Figura 5. ¿Cuál es su principal motivación de viaje?.....</i>	<i>47</i>
<i>Figura 6. ¿Cuándo prefiere realizar sus viajes?</i>	<i>48</i>
<i>Figura 7. ¿En qué mes o meses del año prefiere realizar sus viajes?</i>	<i>49</i>
<i>Figura 8. ¿Con quién prefiere realizar sus viajes?</i>	<i>50</i>
<i>Figura 9. ¿Por qué medios se informa de nuevos sitios turísticos?</i>	<i>51</i>
<i>Figura 10. ¿Cuándo viaja, ¿generalmente cuánto gasta por día?</i>	<i>52</i>
<i>Figura 11. ¿Cuándo usted viaja a Esmeraldas, ¿le gustaría hospedarse en el lodge “Santa Catalina”?</i>	<i>53</i>
<i>Figura 12. ¿Qué elementos valora en un Lodge? Seleccione máximo dos. ...</i>	<i>54</i>

<i>Figura 13. ¿Qué actividades le gustaría realizar en el Lodge “Santa Catalina”?</i> <i>Seleccione máximo cinco.....</i>	<i>56</i>
<i>Figura 14. ¿Qué servicios contrataría durante su viaje en el Lodge “Santa Catalina”? Seleccione máximo cuatro.</i>	<i>57</i>
<i>Figura 15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche de alojamiento en una cabaña del Lodge “Santa Catalina”?</i>	<i>58</i>
<i>Figura 16. ¿Cuántos días permanecería en el Lodge “Santa Catalina”?</i>	<i>59</i>
<i>Figura 17. Macrolocalizacion.....</i>	<i>69</i>
<i>Figura 18. Microlocalización.....</i>	<i>70</i>
<i>Figura 19. Fotografía de la Finca Santa Catalina</i>	<i>71</i>
<i>Figura 20. Estructura organizativa y administrativa</i>	<i>72</i>
<i>Figura 21. Logo.....</i>	<i>76</i>
<i>Figura 22. Organigrama funcional.....</i>	<i>77</i>
<i>Figura 23. descripción del diagrama de flujos</i>	<i>88</i>
<i>Figura 24. descripción del diagrama de flujos</i>	<i>88</i>
<i>Figura 25. Flujograma del servicio de piscina</i>	<i>89</i>
<i>Figura 26. Flujograma del servicio de alimentación.....</i>	<i>90</i>
<i>Figura 27. Flujograma del servicio de recreación</i>	<i>91</i>
<i>Figura 28. Flujograma del servicio de Hospedaje.....</i>	<i>92</i>
<i>Figura 29. Cabaña</i>	<i>97</i>
<i>Figura 30. Planos de Cabañas.....</i>	<i>97</i>
<i>Figura 31. Diseño arquitectónico restaurante</i>	<i>101</i>
<i>Figura 32. Diseño arquitectónico piscina.....</i>	<i>105</i>
<i>Figura 33. Diseño arquitectónico cancha de vóley</i>	<i>107</i>
<i>Figura 34. Diseño arquitectónico cancha de vóley</i>	<i>107</i>
<i>Figura 35. Establos.....</i>	<i>109</i>
<i>Figura 36. Piscinas.....</i>	<i>110</i>
<i>Figura 37. Zona de camping</i>	<i>111</i>
<i>Figura 38. Logo.....</i>	<i>125</i>
<i>Figura 39. Gorras.....</i>	<i>131</i>
<i>Figura 40. Tomatodo.....</i>	<i>132</i>
<i>Figura 41. Mochila personalizada.....</i>	<i>133</i>

<i>Figura 42. Página Web</i>	133
<i>Figura 43. Facebook</i>	134
<i>Figura 44. Instagram</i>	135
<i>Figura 45. Volantes</i>	136
<i>Figura 46. Delimitación</i>	139
<i>Figura 47. Jerarquización de Impactos Ambienta</i>	155
<i>Figura 48. Punto de equilibrio</i>	174

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como objetivo elaborar un estudio de factibilidad para la implementación de un Lodge en la finca Santa Catalina, parroquia Alto Tambo, lugar con el que cuenta con numerosos recursos naturales los cuales no han sido aprovechados eficazmente por personas que tienen sus propiedades cercanas al igual que el desinterés del gobierno parroquial. En el establecimiento ofertará los servicios tales como alojamiento, alimentación, piscinas, pesca deportiva, senderismo , campamentos juegos infantiles aparte que el turista podrá disfrutar de las cascadas ríos para la relajación, cuenta con 30 hectáreas las cuales permiten desarrollar un sinnúmero de actividades, el Lodge está dirigido para familias que quieren salir de la cotidianidad de la ciudad ,personas que quieren disfrutar con su pareja, amigos nacionales y extranjeros que disfruten de la aventura, comodidad y confort. Para la identificación del perfil de turista se elaboró un estudio de mercado en el cual se determinó sus gustos, necesidades y preferencias. Además, se realizó una estructura organizativa administrativa donde se estableció la misión, visión, políticas y valores, las cuales se alcanzarán con trabajo en equipo y una buena administración del lugar. Se determinó un análisis de competencia ayudando a identificar que el presente proyecto es llamativo en su clase al igual que un estudio de impactos

ambientales para identificar y mitigar los posibles impactos mediante un plan de manejo ambiental y a realizar los impactos positivos que obtuvimos en el mismo ya que son de mucha ayuda para personas aledañas y trabajadores que integraran el lodge. Finalmente se presenta el estudio financiero, en el cual se determinó el monto de inversión total requerido para la ejecución del presente proyecto, el mismo que será de \$288,712, donde el 21,13% constituye recursos propios y el 78,87% recursos financiados. En este sentido, se pudo verificar que la idea del negocio es factible y rentable por que la recuperación de la inversión se la hace al sexto año de funcionamiento obteniendo una tasa de retorno del 17.59% en diez años de proyección financiera, un valor neto de 947,552.07 dólares americanos.

Palabras claves

Alojamiento, Oferta, Recursos Naturales, Alto Tambo, Impactos Positivos, Factible.

ABSTRACT

The objective of this project is to prepare a feasibility study for the implementation of a Lodge in the Santa Catalina farm, Alto Tambo parish, a place with which it has numerous natural resources which have not been effectively used by people who have their properties nearby. as well as the disinterest of the parish government. In the establishment, it will offer services such as accommodation, food, swimming pools, fishing, hiking, camping, children's games apart from which the tourist can enjoy the waterfalls rivers for relaxation, it has 30 hectares which allow to develop a number of activities, the Lodge It is aimed at families who want to get out of the daily life of the city, people who want to enjoy with their partner, national and foreign friends who enjoy adventure, comfort and convenience. To identify the tourist profile, a market study was carried out in which their tastes, needs and preferences were determined. In addition, an administrative organizational structure was established where the mission, vision, policies and values were established, which will be achieved with teamwork and

good administration of the place. A competition analysis was determined helping to identify that this project is striking in its class as well as an environmental impact study to identify and mitigate the possible impacts through an environmental management plan and to highlight the positive impacts that we obtained in it already that are very helpful for surrounding people and workers who will make up the lodge. Finally, the financial study is presented, in which the total investment amount required for the execution of this project was determined, which will be \$ 288,712, where 21.13% constitutes own resources and 78.87% financed resources. In this sense, it was possible to verify that the business idea is feasible and profitable because the recovery of the investment is made in the sixth year of operation, obtaining a return rate of 17.59% in ten years of financial projection, a net value of 947,552.07 US dollars.

Keywords

Accommodation, Offer, Natural Resources, Alto Tambo, Positive Impacts, Feasible.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto tiene como finalidad establecer la factibilidad que tiene la Implementación de un Lodge en la Finca “Santa Catalina” parroquia Alto-Tambo, Provincia de Esmeraldas

Este estudio de factibilidad cuenta con seis capítulos los cuales se dividen en:

Capítulo I: “ANTECEDENTES” en esta sección se presentan los datos informativos del tema de estudio, el cual contempla, el diagnóstico y justificación de la propuesta de negocio. Asimismo, se presenta la sustentación de innovación y pertinencia de la idea de negocios. Cabe recalcar que este apartado menciona los diferentes factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio, así como la formulación de los objetivos con los cuales se fundamenta la investigación para la implementación de alojamiento tipo Lodge. Finalmente, se muestran las bases teóricas que se utilizaron para definir el tipo de producto a diseñar, en este se encuentran las principales características de la alternativa de alojamiento de un Lodge, además de la fundamentación legal y para la apertura de este producto.

Capítulo II: “ESTUDIO DE MERCADO” este capítulo contiene los métodos de investigación e instrumentos que se utilizaron para el estudio de mercado, como la encuesta además de la población y muestra. En el cual se realizó el estudio de mercado determinando el perfil del turista, el análisis y proyección de la oferta, análisis de la demanda, proyección de la demanda y la demanda objetiva proyectada.

Capítulo III: “ESTUDIO TÉCNICO Y ADMINISTRATIVO” este estudio se determinaron los paquetes a ofertar, el diseño del Lodge Santa Catalina, además de los recursos financieros, materiales y capital de trabajo que se necesitará para la implementación del Lodge, en este también plantea el manual de funciones, el organigrama y la constitución legal de la empresa.

Capítulo IV: “PLAN DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING” este capítulo contiene el perfil del producto con el nombre comercial, logotipo, isotipo, canales de distribución, publicidad materiales pop diseño de página web, manejo de redes sociales, los diseños a utilizar en la señalética de promoción y dirección del lugar, además de los canales de distribución y los canales por los cuales se conectará con lo posibles consumidores del producto del Lodge.

Capítulo V: “ESTUDIO AMBIENTAL” este capítulo contiene los instrumentos utilizados para medir el impacto ambiental que se genera por la implementación del Lodge Santa Catalina, tales como la tabla de interacción y la matriz de Conesa simple, con este resultado se generó una un plan de manejo por cada factor afectado creando programas, actividades y acciones que mitiguen o corrijan los impactos generados.

Capítulo VI: “ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO” este estudio contiene el balance de situación inicial el cual muestra la inversión necesaria para poner en

marcha el proyecto, el capital de trabajo contiene los recursos que se necesitan para el primer año del sueldo de los trabajadores, el flujo del primer año muestra los ingresos y egresos producidos por la venta de los servicios de alimentación, alojamiento, recreación piscinas, pesca deportiva, senderismo, camping costo de capital determina la equivalencia entre el capital propio y el financiado, flujo de seis años se determina si la tasa interna de retorno supera al costo de capital dando muestra de la factibilidad del proyecto y el punto de equilibrio en el cual se muestra el punto que se recupera la inversión.

OBJETIVOS

Objetivos General

“Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un Lodge en la Finca “Santa Catalina” parroquia Alto-Tambo, Provincia de Esmeraldas”.

Objetivos Específicos

- Identificar mediante la ayuda del PDOT del cantón, y el uso de una ficha de diagnóstico, la situación de la parroquia Alto Tambo, en el cantón San Lorenzo.
- Identificar la oferta y la demanda mediante un estudio de mercado.
- Realizar un estudio técnico administrativo del emprendimiento.
- Establecer un estudio de comercialización y marketing.
- Realizar un estudio ambiental que determine el grado de impacto que genera el desarrollo del proyecto.
- Determinar mediante un estudio económico financiero la sostenibilidad del emprendimiento.

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES

1.1 Diagnóstico

El turismo es una actividad que engloba aspectos sociales y económicos, el cual consiste en el traslado de personas a sitios fuera de su hogar. Dichas personas se denominan viajeros, ya que al realizar esta actividad presentan un gasto que permite desarrollar un mayor consumo en el ámbito turístico y así generar ingresos (Organización Mundial del Turismo, 2008).

El Turismo a través del tiempo se ha desarrollado como una herramienta que contribuye al desarrollo económico de los países, el Ecuador cuenta con una gran riqueza tanto natural como cultural, y esto le permite ser un país altamente turístico a nivel mundial.

El Ecuador es un país reconocido por su diversidad, ya que contempla un 10% de especies de flora y fauna presentes en el mundo, esto se debe a su ubicación geográfica, ya que, al ubicarse en la Cordillera de los Andes, permite la presencia de costas y selvas hermosas que caracterizan a este país (Ministerio del Turismo, 2018).

En este sentido, el presente estudio se puntualiza en la parroquia de Alto-Tambo, la cual se ubica en el noroccidente del Ecuador, cerca de la provincia de Esmeraldas, entre la Reserva Ecológica Cotacachi – Cayapas.

De acuerdo con los datos del Censo 2010, por población; la parroquia de Alto Tambo representa el 4,4% de la población total del cantón San Lorenzo, el 0,53 % de la población de la provincia de Esmeraldas y 0,12% de la población total

del país. Por territorio Alto -Tambo, representa el 35,87% del área total del Cantón San Lorenzo, el 6,87% de la provincia de Esmeraldas y el 0,42 % del territorio Nacional (Tambo, 2015).

Esta parroquia representa un sector característico por su patrimonio natural, es así que las actividades que realizan en dicho lugar se encuentran enfocadas en el desarrollo económico y social de la parroquia, dichas actividades se encuentran reflejadas en el plan de desarrollo y ordenamiento territorial. Dentro de este plan se enfocan los componentes que describen a este territorio y a la vez permite formular estrategias para mejorar la calidad de vida de los habitantes.

El relieve en el territorio de Alto -Tambo, se encuentra estructurado por dos condiciones topográficas, en la zona alta se presentan varias cordilleras mientras que en la zona baja se establece el desarrollo de la agricultura y ganadería.

Es necesario mencionar que gran parte de esta parroquia se encuentra dentro de la Reserva Ecológica Cotacachi- Cayapas en el cual se contempla una gran diversidad de entornos y hábitats.

1.2 Propuesta de la idea de negocios

El proyecto se dio por la compra de la Finca “Santa Catalina” que posee recursos naturales en la cual podemos aprovechar para fomentar un proyecto de Implementación de un lodge donde los turistas pueden llegar a desestresarse de la cotidianidad de la ciudad aparte de que el clima es propicio debido a ubicación geografía donde se encuentra, aquí podrán disfrutar de piscinas, alimentación, hospedaje, recorrer la finca observación de flora y fauna aparte de diferentes actividades turísticas que se irán implementando a medida que siga creciendo el lodge.

Con el pasar del tiempo ya no solo nos conformaremos con los servicios que ofrecemos con el aumento de turistas y ganando mercado se obtendrá más recursos los cuales se utilizarán para implementar infraestructura novedosa que haga resaltar nuestro lodge, con material adecuado implementaremos circuitos dentro de toda la finca llevando hacer el recorrido a diferentes sectores mostrando diferentes tipos de plantas orquídeas incluso animales que se puede avistar si se tiene paciencia al igual que las aves.

Se implementará diferentes actividades turísticas como pesca deportiva, áreas de recreación con juegos lúdicos al igual que un establo con diferentes especies de animales para que puedan observar y tomarse fotos, a medida que siga creciendo el Logde también pretendemos implementar un cable para que se practique canopy.

El hospedaje con la construcción de cabañas de madera acordes al paisaje donde se encuentran dará paz y tranquilidad a nuestros clientes ya que se mezclarán con la naturaleza causando sensaciones únicas como, tranquilidad y confort dándonos un plus a nuestro servicio.

¿Por qué eligió la idea de negocio?

La idea de implementar el negocio surgió debido a la escasez de trabajo y falta de oportunidades que existen en la actualidad, en la finca podremos aprovechar los recursos naturales y empezar a generar trabajo de manera independiente en la que nosotros podremos ser nuestros propios jefes aparte que ya se contaba con la propiedad sería más fácil la implementación poniendo en práctica lo aprendido en el transcurso de la vida universitaria la ubicación geográfica en la que se encuentra la finca en la que la vamos a desarrollar que es en medio de la provincia de Imbabura y de Esmeraldas ,en esta finca contamos con diferentes recursos y atractivos los principales Son los ríos, las cascadas, y el bosque que está dentro de la cordillera del Choco en el cual habitan un sinnúmero de aves y orquídeas otro punto Importante es que el clima

ideal para realizar todo este tipo de actividades en el agua ya que la finca está ubicada en la vía principal también nos ayuda bastante ya que los turistas o las personas que viajen la pueden ver por curiosidad o recreación pueden ir a disfrutar de lo que son los atractivos y actividades que ofrece el lodge, piscina, alimentación, pernoctar y continuar con el viaje despejando la mente del turista y creando nuevas experiencias.

De esta forma pretendo llegar a consolidar un proyecto turístico en el cual pueda integrar a mi familia y el negocio sea rentable, genere los recursos estipulados brindando un ingreso más de unión familiar buscando que todo podamos crecer de manera equitativa a futuro integrando a personas que viven dentro de la zona capacitándolos y comprando sus productos dinamizando la economía porque lo más gratificante es ayudar a quien más lo necesita de manera digna enseñándole el valor de lo que el produce he inculcándole ganas de superación.

¿Qué tipo de emprendimiento?

El presente emprendimiento se encuentra enfocado en la implementación de un Lodge, el mismo que brindara servicios de alimentación y hospedaje además de ofrecer diversas actividades como son: camping, pesca, caminatas y juegos recreativos.

¿Qué servicios quiere brindar?

El Lodge a implementar se ve enfocado a las actividades de pernoctación, restaurante, piscinas naturales, camping, pesca deportiva con áreas verdes libres de peligro por el tipo de fauna que se encuentra alrededor al no ser agresiva, además podemos contar con diferentes tipos de especies domesticas como caballos, patos, gallinas, u otro tipo de especies exóticas, mismas que atraigan a personas para avistamiento y fotografía.

Las condiciones para las que se presta este sector son óptimas para actividades de pesca deportiva en donde se podría tener un encuentro en familia y experimentar este tipo de actividades, y al mismo tiempo se implementará sitios aptos en donde se puede cocer y degustar de diferentes tipos de alimentos, ahí las familias podrán hacer actividades como parrilladas o comidas típicas para ellos.

Las actividades descritas anteriormente se las puede categorizar para un tipo de clientes, pero existirán personas que no cuenten con este gusto, para ellas existirá un restaurante en donde se puede degustar comidas típicas del sector.

Las condiciones de la subcuenca del Rio Santiago permiten que el rio Tilulbi sea apto para la implementación de un balneario que abastecerá a dos piscinas con una capacidad de 108 m³, sin afectar las condiciones de este recurso para moradores del sector.

¿Qué necesidades desea satisfacer?

Este proyecto se ve enfocado a la necesidad de la distracción y relajación para personas ciudadinas que cuentan con un nivel alto de estrés mismo que en este sitio con diversos atractivos, vistas y actividades puede llegar a ser un lugar liberador de este tipo de tensiones.

1.3 Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios

Qué valor agregado tiene el emprendimiento

En el proyecto a implementar se tendrá en cuenta el valor agregado, al final de su visita se entregará una fotografía impresa del mejor momento de su estadía, bien pueda ser del mejor avistamiento, de su comida o de la interacción con las especies del sector.

Qué lo diferencia de otros

La diferencia con otros sitios turísticos es que no existirá una hora fija de ingreso y salida, si se hace una reservación podrá ingresar a lo largo del día, al igual que a su salida, podrá abandonar el sitio en todo el resto del día, otros lugares turísticos si se hace una reservación y no se llega a la hora pactada se anula su reservación y ese lugar se da a otros visitantes.

A que se alinea el emprendimiento (turismo, alojamiento, recreación, alimentación, etc.)

Este emprendimiento se ve enfocado al turismo por el hecho de existir cierto tipo de atractivos como, cascadas, vados y fauna endémica, en este sitio, puede ser un sitio de recreación por el hecho poder implementar, hospedaje, pesca deportiva, piscinas, restaurante, camping y lugares en donde las personas pueden preparar sus alimentos si así lo desean.

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

1.4.1 Análisis de la industria

Tabla 1

Factores



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
Carrera de Turismo



Datos del docente

Nombre:	MSc. Fabio Cruz G
Semestre:	Noveno
Asignatura:	Trabajo de Grado I
Fecha Entrega:	13-agosto-20
Nombre/Integrantes	Miguel Mejía
Tema/Emprendimiento:	Implementación de un Lodge en la Finca “Santa Catalina” parroquia Alto-Tambo, Provincia de Esmeraldas

Matriz factores que interviene en la idea de negocio

1.4.1 Análisis de la industria

Situación microambiente	Político - Legal	Constitución Art 3, Art 14, Art 21/ Ley de Turismo Art 19, Art 43 Art 45 Art 47 Art 48
--------------------------------	-------------------------	--

	Socio cultural	Se presenta una caracterización de los grupos humanos asentados en el cantón que pueden hacer uso de los recursos
	Económico	Transformar la realidad y el impulso de la economía popular y solidaria
	Tecnológico	Mejoramiento de las condiciones de aprovechamiento con diversificación productiva
	Medio Ambiental	Recuperar y conservar de la naturaleza y el mantenimiento de un ambiente sostenible y sustentable
	Infraestructura	No existe
Situación competitiva	Inversiones de la industria	No existe
	Número/competidores	No existe



FIRMA ESTUDIANTE



FIRMA ESTUDIANTE

1.4.1.1 Situación del macro ambiente:

La parroquia de Alto -Tambo es una parroquia unida, con vías de acceso y comunicación de primera, con una producción agrícola tecnificada, pionera en procesos agroindustriales. Ejemplo para las comunidades en temas

organizativos, generadora de procesos de integración institucional e Interparroquial.

Es un pueblo con gente amable para vivir en paz, avanzando en la tecnología, con un mejor centro de salud, un colegio mejorado, la seguridad de nuestra gente, con calles, parques, con gente respetuosa y positiva, en paz, con servicios básicos de calidad, con organizaciones fortalecidas. Con industrias y centros de comercio ha fomentado el turismo como una alternativa de trabajo.

1.4.1.2 Político legal

Para la implementación de un Logde nos enfocamos en la constitución del Ecuador los principales artículos Art 66, Art 83, Art 319, en el cual se contempla normas de las personas para conformar grupos de forma libre y en los artículos de la ley de turismo Art 5, Art 8, Art 9, Art 10, Art 45. 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: Alojamiento; Servicio de alimentos y bebidas; voluntaria.

1.4.1.3 Socio cultural

En este componente se presenta una caracterización de los grupos humanos asentados en el cantón que pueden hacer uso de los recursos. Se inicia con un análisis de la población en cuanto al estudio de su estructura, composición y dinámica. Posteriormente se analiza cuál es la cobertura y calidad de los servicios sociales, su oferta y demanda para determinar las áreas de intervención en el territorio acorde a las competencias de cada nivel de gobierno, en el sector de turismo. Finalmente, y para comprender mejor el componente humano existente en el territorio, también se abordará el patrimonio cultural de la población, la presencia de movimientos migratorios internos e internacionales, la

situación de la igualdad, la presencia de grupos étnicos y demás formas de organización social que existan.

1.4.1.4 Económico

El desarrollo de este proyecto es planificado con el fin participativamente para transformar la realidad y el impulso de la economía popular y solidaria con el propósito de erradicar la pobreza, distribuir equitativamente los recursos y la riqueza, y alcanzar el buen vivir, mediante la apertura de plazas de empleo por el hecho de que la producción local tiene poco dinamismo y no hay encadenamientos productivos dentro de la parroquia. No existen mercados locales, no se han generado ferias turísticas que impulsen la economía de la parroquia hacia otros mercados, tampoco existen centros de acopio que permitan la recolección temporal de productos.

1.4.1.5 Tecnológico

Se enfocará en el mejoramiento de las condiciones de aprovechamiento con diversificación productiva y mejoramiento técnico y tecnológico de las actividades ganaderas y turísticas.

1.4.1.6 Medioambiente

Uno de los objetivos principales es la recuperación y conservación de la naturaleza y el mantenimiento de un ambiente sostenible y sustentable, además esta localidad se encuentra cerca de la Reserva Ecológica Cotacachi – Cayapas, donde existen dos Centros Awa (Río Bogotá y La Unión) todas estas áreas han permitido que gran parte del territorio se conserve, es importante mencionar áreas individuales y colectivas que han ingresado al Programa Socio Bosque del Ministerio del Ambiente donde se ampliado zonas para la conservación.

1.4.2 Situación competitiva

1.4.2.1 Infraestructura

En la parroquia de Alto-Tambo no se encuentra adecuada con infraestructura turística ya que se dedica netamente a la agricultura y ganadería aparte que los pobladores no cuentan con los recursos suficientes para implementarla.

1.4.2.2 Inversiones de la industria

No existe inversión de parte de la parte pública por el desconocimiento de la flora y fauna que tiene la zona y no es conocida por los turistas lo que no ha hecho posible que exista gestión de inversión en este lugar.

1.4.2.3. Número de competidores

No existe competidores ya que el proyecto es el primero en implementarse en la zona siendo un punto a favor para tratar de acaparar a futuros turistas y fidelizarlos.

1.5 Riesgos y oportunidades de la idea de negocio

Matriz FODA

Tabla 2

Matriz FODA

MATRIZ FODA	Fortaleza	Debilidades
		<ul style="list-style-type: none"> • Relevante disposición de espacio físico para la implementación. • Espacios óptimos para desarrollar cualquier tipo de construcción para captar un mayor número de turistas • La finca dispone de atractivos naturales y culturales. • Flujo turístico permanente hacia el sector debido a que cuenta con varias actividades turísticas.
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<ul style="list-style-type: none"> • La Propiedad cuenta con afluentes hídricos para el desarrollo de actividades turísticas. • Aprovechar la disponibilidad de acceso a internet para promocionar el emprendimiento. • Se cuenta con vías carrozables que permiten al acceso hacia el emprendimiento. • Interés de empleabilidad de la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Captar mercado que se dirige hacia las playas esmeraldeñas ya que el emprendimiento se encuentra en la mitad de la ruta. • Existencia de una extensa área destinada para las construcciones arquitectónicas y el desarrollo turístico dentro de la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso crediticio o Asociación, para futuras remodelaciones del lodge. • Acuerdo para realizar rutas turísticas entre los emprendedores del sector.
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<ul style="list-style-type: none"> • Disminución de flujo de turistas ante futuras pandemias. • Presencia de proyectos turísticos que generan competencia a largo plazo. • Incumplimiento de normas y políticas ambientales en el sector. • Cambios aun inciertos en la legislación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Consenso con diferentes establecimientos turísticos para que no exista competencia desleal • Generación de un código de ética que norma el comportamiento del turista en el Lodge. 	<ul style="list-style-type: none"> • Promover el apoyo de entidades públicas para la implementación de medidas de bio seguridad. • Convenios con entidades privadas y públicas para la publicidad y desarrollo del lodge. • Realizar un buen diseño para el desarrollo de las instalaciones y equipamiento adecuado para la operación turística.

Elaborado por el autor, 2020

1.6. Fundamentos teóricos

1.6.1 Turismo. - Definición:

El Diccionario de la Real Academia Española en el año de 1995 define al turismo como la afinidad por recorrer un lugar diferente y al viajero lo precisa como aquella persona que realiza esta actividad por distracción (Fernández, A. y Fernández J., 2019).

Viajar es una acción fascinante para las personas, ya que está íntimamente relacionado con el placer y la calidad de vida, al mismo que permite y brinda al turista, la experiencia del aprendizaje de nuevas culturales y costumbres, llevando así bastos intelectuales y emocionales. Además, de tener un alto impacto en el desarrollo económico de las zonas turísticas (Entorno Turístico, 2020).

1.6.2 Alojamiento Turístico

Según El Ministerio de Turismo del Ecuador (2016), define el alojamiento turístico como una actividad que permite a las personas nacionales o extranjeras pernocta de manera no permanente en estos lugares.

Se entiende por alojamiento turístico: A una gran variedad de prestaciones, desde establecimientos hoteleros y para hoteleros hasta departamentos o casas en alquiler, campings o cualquier otra modalidad que ofrezca este servicio. No sólo es una oferta diversa por su tipología, sino también por su forma de propiedad, desde empresas familiares, pymes, pequeñas sociedades a grandes cadenas que cotizan en bolsa (Losano, 2016).

1.6.3 Lodge

Es un alojamiento que permite al visitante hospedarse en cabañas privadas, disponen de un mínimo de 5 habitaciones, se encuentran ubicadas en un entorno

natural, el cual permite al turista gozar de la diversidad de flora y fauna presentes en un determinado lugar, además de ayudar a realizar actividades interesantes y divertidas que harán del viaje una experiencia única (Ministerio de Turismo, 2016).

1.6.4 Actividades turísticas del logde

- Cabañas
- Piscinas
- Pesca deportiva
- Alimentación
- Establo con diferentes especies no endógenas
- Área de camping
- Áreas deportivas

1.6.4.1 Cabañas

Las cabañas son chozas rústicas, con una fachada elaborada de materiales pobres, comúnmente se encuentra en el campo (Ortiz, 2018).

1.6.4.2 Piscinas

Hoy en día, las piscinas constituyen un recurso importante para el turista al momento de seleccionar un alojamiento. Estas instalaciones componen un valor agregado al momento de atraer clientes (Grupo Nova Agora, 2019).

1.6.4.3 Pesca deportiva

Es una actividad con gran potencial en el desarrollo económico, debido a que genera diversas fuentes de empleo en el sector turístico a nivel mundial (Ibáñez, 2011).

1.6.4.4 La pesca deportivo-recreativa

Es una actividad, interesante ya que permite al turista captura peces, mediante lineamientos establecidos por la entidad competente, mediante el uso de la caña en lugares específicos que permitan al turista mantener un momento en armonía con el medio ambiente (SECTUR, 2011).

1.6.4.5 Área de camping

El camping constituye una actividad realizada al aire libre, en donde el visitante sale de los lugares de residencia y permanecen por un tiempo en zonas naturales, de esta forma el turista pasa un momento agradable con la naturaleza (Proactiu, 2018).

1.6.4.6 Áreas deportivas

Hoy en día, las operadoras turísticas presentan como punto fuerte de los paquetes turísticos un número de actividades recreativas efectuados en el medio natural, con el fin de que el turista tenga una experiencia única e inolvidable (Carrasco, 2015). Estas áreas deportivas son enfocadas mediante las preferencias y gustos del viajero.

1.7 Fundamentación legal

El turismo se fundamenta en un marco jurídico legal e institucional que rige los diferentes ámbitos de acción dentro de los cuales propuse establecer para la propuesta de creación de un logde en la parroquia de Alto-Tambo, ubicada en la vía a San Lorenzo-Ibarra, perteneciente a la provincia de Esmeraldas. El análisis de la parte turística tiene una relación directa con las diferentes normativas,

siendo el eje fundamental la Constitución de la República, expedida en el año 2008 y vigente hasta la actualidad; la Ley de Turismo, expedida en el año 2014; Reglamento general aplicado a la ley de Turismo, expedido en el año de 2015; Reglamento de alojamiento turístico, mismo que tuvo su última reforma en el año 2016; los mismos que detallan a continuación:

1.7.1 Constitución de la república del Ecuador

Art.3.- Son deberes primordiales del Estado:

1. Garantizar a la ciudadanía gozar de los derechos establecidos en la constitución.
5. Proyectar el avance del país en base a programas y estrategias que combatan la pobreza de los habitantes.
6. Promover el avance justo y distributivo mediante la descentralización.
8. Garantizar a los pobladores la seguridad social en base a principios del buen vivir.

1.7.2 Sección segunda ambiente sano

Art. 14.- Mediante el Plan Nacional del Buen vivir se reconoce la necesidad de la población de gozar de un ambiente sano y sustentable.

En este sentido, es importante la conservación y cuidado de los ecosistemas, esto con el fin de mantener un desarrollo sustentable y garantizar la conservación del patrimonio natural.

Art. 15.- El Estado suscitará, en todos los sectores, el manejo de tecnologías amigables con el medio ambiente.

1.7. 3 sección cuarta cultura y ciencia

Art. 21.- Las personas pueden decidir y conservar su patrimonio cultural, además de saber la historia de sus culturas, sin discriminación.

1.7.4 Capítulo IV Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades

Art. 57.- En la constitución se reconocen los derechos de las comunidades, los cuales se detallan a continuación:

1. fortalecer de manera libre y voluntaria las costumbres y tradiciones propias de las comunidades.

2. No estar sujeto a discriminación alguna.

3. La reparación de la integridad de las comunidades que fueron sujetas a descremación y ha actos de intolerancia

8. El estado fortalecerá el cuidado del medio ambiente conjuntamente con la comunidad.

12. Conserva y cuidar los recursos patrimoniales de las comunidades, cuidar los rituales ancestrales y proteger la flora y fauna en sus territorios

13. Salvaguardar la propiedad cultural e histórica del país. El estado suministrará los patrimonios para el hecho (Constitucion del Ecuador, 2011)

1.8. Análisis de la ley de turismo

1.8.1. Capítulo V de las categorías

Art. 19.- El Ministerio de Turismo efectuará las categorías enfocadas al desarrollo turismo

1.8.2 Reglamento general aplicado a la ley de turismo

Art. 43.- Definición de las actividades de turismo. - Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

a) Alojamiento

Se entiende por alojamiento turístico, el espacio destinado para brindar el servicio de albergue al visitante, en el cual pueden prestar diversos servicios o enfocarse solamente en el de hospedaje.

b) Servicio de alimentos y bebidas

Se sabe que el servicio de alimentos y bebidas se refiere a las actividades en torno a la asistencia de servicios, sean de tipo gastronómicos, de bares, entre otros servicios similares que tienen como base la actividad económica en los factores de producción y venta de comida y/o bebida para consumo del cliente, cabe recalcar que estos servicios pueden ser complementados por otros factores relacionados a la diversión y al entretenimiento.

Si usamos como referente al artículo 45 del reglamento general a la ley del turismo en Ecuador se puede denotar que para ejercer las actividades turísticas se deben cumplir con las exigencias y normas que son señaladas por la ley, asimismo se deben respetar las prohibiciones que están establecidas por la ley y dicho reglamento, cabe recalcar que en este artículo se afirma que cualquier

persona natural o jurídica, asimismo sean de tipo comercial o comunitaria si se cumple lo anterior puede ejercer dichas actividades turísticas, también puede desarrollar actividades de prestación remunerada de forma usual en ejercicio de las actividades turísticas según lo señalado en el artículo 5 de la Ley de turismo.

Se debe cumplir con todos los derechos y obligaciones a la cual se rigen todos los establecimientos hoteleros, puesto que la parte de alojamiento es una parte muy compleja, dividiéndose en distintas categorías y que en este caso pretende trabajar con la modalidad de LOGDE. Se debe cumplir con ciertos parámetros, en donde se delega un representante legal, sacar un RUC, al mismo tiempo, se debe patentar el nombre del logde en la IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual) y conjuntamente realizar todos los trámites para obtener la licencia única de funcionamiento.

1.8.3 Capítulo II del registro único de turismo

En base al artículo 47 del reglamento del turismo, en el apartado de registro único de turismo, se establece que cualquier persona u organismo antes de emplear cualquier actividad turística del art. 5 deben poseer un registro de turismo que se basa en una inscripción en el registro público de empresarios y de establecimientos turísticos, dicho proceso reside en el Ministerio de Turismo, cabe recalcar que este registro solo se lo realiza una vez y que en caso de existir cualquier variación de la declaración inicial se debe informar de dicho cambio al Ministerio de Turismo en un tiempo máximo de 30 días de sucedido el acontecimiento, estos cambios pueden ser transferencia de títulos, arrendamiento, cambios de nombres o variaciones de la razón social, asociación, traslado de local, apertura de sucursales, cierre de establecimiento, entre otros aspectos que tengan que ver con el servicio turístico.

En el caso de no cumplir con no este requisito la persona natural o jurídica deberá pagar un valor de \$1000, además de que se cerrará el establecimiento

hasta que el infractor solucione este problema y obtenga la licencia de funcionamiento, en el caso de que se repita la infracción se cerrará definitivamente el establecimiento

De igual forma, el artículo 48 manifiesta el monto a cancelar por el registro del establecimiento, el cual se realizará una vez al año, y están sujetos a ajuste del valor. Es necesario mencionar, que el establecimiento debe mantener la actividad inscrita.

1.8.4 Capítulo IV de la licencia única anual de funcionamiento

Para que el establecimiento de inicio a las actividades es necesario que cuente con la licencia anual de funcionamiento, que permite brindar a los establecimientos el derecho de prestar los servicios enfocados al turismo.

En base al artículo 61 se detalla el pago de las actividades posterior a los 30 días del año, no obstante, en el caso que el establecimiento no efectuó sus actividades en estos 30 días se calculara el pago en base a los meses faltantes del año.

El artículo 62 se encuentra los lineamientos de las inspecciones efectuadas por el Ministerio de Turismo a los establecimientos, el cual tiene libre derecho de efectuar estas visitas en cualquier momento sin notificación previa.

Ningún establecimiento que ejerza actividades que no seas turísticas puede usar denominación, razón social, publicidad, promociones o cualquier otro mecanismo que provoque confusión en el público respecto a los servicios que se ofrecen. El Ministerio de Turismo y el Ministerio de Gobierno actuarán de oficio para clausurar esos establecimientos hasta que superen las causas que motivaron su intervención, es decir retiren la publicidad, letreros, facturas,

rótulos, publicidad y demás elementos materiales que configuren esta violación (Ministerio de Turismo, 2015).

1.8.5 Reglamento de alojamiento turístico

El nuevo reglamento hotelero ha venido con nuevos cambios y reformas en cuanto a la categorización y manejo de establecimientos hoteleros. Uno de los cambios más referentes es en cuanto al número mínimo de habitaciones que puede poseer un establecimiento de alojamiento, es decir con un mínimo de cinco habitaciones para ser categorizado como tal.

El reglamento, de igual manera, ha tenido cambios en la apertura de establecimientos de alojamiento. Se debe realizar los procedimientos en base a dos etapas: la primera es el Proceso de Registro, Inspección e identificación; la segunda etapa consta del Proceso de Licenciamiento. Los requisitos son los siguientes:

1.8.6 Capítulo II – sección I de los procedimientos de registro, inspección e identificación

El artículo 7 del reglamento de turismo establece los requisitos necesarios que debe presentar os establecimientos para su registro y debido funcionamiento, los cuales se describen a continuación:

- a)** La escritura de constitución ya sea para persona natural o jurídica.
- b)** En el caso de ser una asociación es necesario los datos del representante legal.
- c)** RUC o RISE
- d)** El inventario de los bienes del establecimiento
- e)** El nombre comercial debe encontrarse debidamente patentado.

El Ministerio de Turismo se encargará de verificar y controlar el cumplimiento de todos los requisitos, y tendrá que realizar una inspección y verificación del establecimiento antes de entregar el Certificado de Registro del Establecimiento.

En el caso de una recategorización es necesario cumplir con los requisitos solicitados por el Ministerio de turismo no obstante si ya fueron presentados con anterioridad no es necesario presentarlos de nuevo.

1.8.7 Sección II del procedimiento de licenciamiento

En el artículo 11 de este reglamento se establece la importancia de disponer con el licenciamiento anual, para lo cual la autoridad competente será quien determine el certificado de registro en base a la normativa vigente.

Los requisitos necesarios que se deben presentar son:

- a)** Pago del impuesto predial.
- b)** Activos de la empresa
- c)** Comprobante de pagos efectuados para obtener el licenciamiento
- d)** El establecimiento debe encontrarse al día con todos los pagos.

Al momento de que el establecimiento cuente con este requisito es necesario que lo exponga en una parte donde el visitante pueda observarlo.

En el caso que el organismo responsable no cuente con el instrumento digital para desarrollar este registro y licenciamiento, la autoridad Nacional del Turismo será la encargada de otorgar de manera gratuita esta herramienta informática.

En el artículo 12 de este reglamento se establece la siguiente clasificación de establecimientos:

- a) Hotel (H)
- b) Hostal (HS)
- c) Hostería (HT)
- d) Hacienda Turística (HA)
- e) Resort (RS)
- f) Refugio (RF)
- g) Campamento Turístico (CT)
- h) Casa de Huéspedes (CH)

Art. 13.- Categorías según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico:

Las categorías de los establecimientos de alojamiento turístico según su clasificación son:

Tabla 3

Alojamiento turístico

Clasificación del establecimiento de alojamiento turístico	Categorías asignadas
Hotel	2 estrellas a 5 estrellas

Hostal	1 estrella a 3 estrellas
Hostería – Hacienda Turística – Lodge	3 estrellas a 5 estrellas
Resort	4 estrellas a 5 estrellas
Refugio	Categoría única
Campamento turístico	Categoría única
Casa de huéspedes	Categoría única

Fuente: Reglamento de Alojamientos Turísticos, 2016

Tabla 4*Requisitos de categorización*

Requerimientos por categoría - HT - HA – L				
Obligaciones		Host. 5 estrellas Hacienda 5 estrellas lodge 5 estrellas	Host. 4 estrellas hacienda 4 estrellas lodge 4 estrellas	Host 3 estrellas hacienda 3 estrellas lodge 3 estrellas
Nro.	Exigencias de construcción Instalaciones generales			
1	Productor de emergencia	X	X	
				X
2	Método de protección contra insectos.	X	X	X
3	Preparación cálida en plazas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial y/o natural.	X	X	X

Fuente: Reglamento de Alojamientos Turísticos, 2016

Tabla 4.1

Requisitos de categorización

Obligaciones por categoría - HT - HA – L						
Obligaciones	Host. estrellas	5	Host. estrellas	4	Host estrellas	3
	hacienda estrellas	5	hacienda estrellas	4	hacienda estrellas	3
	lodge estrellas	5	lodge estrellas	4	lodge estrellas	3
4	Contar con (por lo menos) los siguientes servicios/actividades/ubicación: 1) Alberca; 2) Jacuzzi; 3) Turco; 4) Sauna; 5) SPA; 6) Área comercial 7) Espacio de eventos; 8) Actividades agropecuarias; 9) Caminatas; 10) Cabalgatas; 11) Rodeos; 12) Actividades comunitarias; 13) Equipamiento 14) Juegos de salón 15) Áreas recreativas. 16) Establecimiento con documentación en orden					
		9		7		4

Fuente: Reglamento de Alojamientos Turísticos, 2016

Tabla 4.2.

Requisitos de categorización

Obligaciones por categoría - HT - HA - L					
Obligaciones		Host. 5 estrellas hacienda 5 estrellas lodge 5 estrellas	Host. 4 estrellas hacienda 4 estrellas lodge 4 estrellas	Host. 3 estrellas hacienda 3 estrellas lodge 3 estrellas	
4-A	Áreas para el personal	Cuarto de limpieza	X	X	X
		Bodega	X	X	X
	Comedor	X	X	X	
Accesos					
5	Área de ingreso principal y entrada para el servicio		X	X	
Espacios para el turista					
6	Área de recepción		X	X	X
7	Restaurante	Cafetería	X	X	X
		Menú bilingüe	X	X	
8	Alimentos en base a exigencias del cliente		X	X	X
9	Bar		X	X	
Habitaciones					

Fuente: Reglamento de Alojamientos Turísticos, 2016

Requerimientos por categoría - ht - ha – I

Requisitos		Host. 5 estrellas hacienda 5 estrellas lodge 5 estrellas	Host. 4 estrellas hacienda 4 estrellas lodge 4 estrellas	Host. 3 estrellas hacienda 3 estrellas lodge 3 estrellas
10	Áreas para personas con discapacidad	2%	2%	2%
11	Alojamientos			
	-Personales con baño privado. Personales con baño compartido			
12	Preparación térmica en cada habitación			
13	Servicio de Internet			
14	Caja de seguridad en cada habitación			
15	Sistema inteligente para cerrar las puertas			
16	Almohada extras			
17	Portamaletas.			
18	Armarios			
19	Escritorios			
20	Sillas			
21	Funda de lavandería.			
22	Lámparas	*		

Obligaciones por categoría - HT - HA – L

Requisitos		Host. 5	Host. 4	Host. 3	
		estrellas hacienda 5 estrellas lodge 5 estrellas	estrellas hacienda 4 estrellas lodge 4 estrellas	estrellas hacienda 3 estrellas lodge 3 estrellas	
23	-Cortina completa	X	X		
	- Cortinas o persianas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.			X	
24	-Servicio de telefonía	X	X	X	
Áreas de clientes - Cuarto de baño y aseo privado					
25	-Agua caliente	X	X	X	
26	-Iluminación independiente	X	X		
27	-Juego de toallas para los clientes	Cuerpo	X	X	X
		Manos	X	X	X
		Cara	X		
28	-Toalla para la ducha		X	X	X
		Champú	X	X	X
		Jabón	X	X	X
29	-Materiales de aseo	Papel higiénico	X	X	X
		Acondicionador	X	X	
		Gorro para la ducha	X		
Servicios					

Requerimientos por categoría - HT - HA – L

Obligaciones		Host. 5	Host. 4	Host. 3
		estrellas hacienda 5 estrellas lodge 5 estrellas	estrellas hacienda 4 estrellas lodge 4 estrellas	estrellas hacienda 3 estrellas lodge 3 estrellas
30	-Despertador desde la recepción	X	X	X
31	-Personal capacitado	30%	20%	10%
32	-Personal con conocimiento del idioma ingles	25%	15%	10%
33	-Personal disponible 24 horas	X	X	
34	En el caso de que el establecimiento no cuenta con agua potable tendrá:	Tratamiento de aguas residuales	X	X
		Pozo séptico.		X
35	-Tratamiento de agua residuales	X		
36	-Servicio de alimentación -Servicio de alimentación a los alojamientos.	X		
			X	
37	-Salida de emergencia.	X	X	X
38	-Primeros auxilios.	X	X	X

Requerimientos por categoría - HT - HA – L

Obligaciones		Host. 5	Host. 4	Host. 3
		estrellas hacienda 5 estrellas lodge 5 estrellas	estrellas hacienda 4 estrellas lodge 4 estrellas	estrellas hacienda 3 estrellas lodge 3 estrellas
39	-Simbología en el establecimiento	X	X	X
40	-Formas de pago	X	X	
41	-Servicio de lavandería	X	X	
42	-Servicio de planchado	X	X	
	-Propio o contratado. -Plancha disponible			X
43	-Cámaras de seguridad	X	X	
44	-Silla de ruedas disponible	X	X	
45	-Servicios adicionales			
	-Cama extra	X	X	
	-Cuna	X	X	
	-Silla para los bebés	X	X	
46	-Servicio telefónico	X	X	X

Fuente: Reglamento de Alojamientos Turísticos, 2016

1.8.8. De la comercialización

Art. 18. Los establecimientos turísticos que brinden el servicio de hospedaje deberán mantener los siguientes lineamientos de comercialización:

1. El establecimiento debe disponer de plataformas digitales que cuenten con los datos importantes de ubicación y servicios del alojamiento
2. Es necesario que presente formas de pagos y detalle de manera clara y precisa la forma de efectuar reservas.
3. Determinar un sistema de control de reservas adecuado, además de presentar un sistema propio de pago en línea.

CAPITULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

El presente capítulo tiene el propósito determinar las principales preferencias que tienen las personas al momento pagar por diferentes productos turísticos a implementar en el Lodge Santa Catalina.

2.1 Tipo de investigación

La presente investigación es descriptiva ya que permite efectuar un análisis del fenómeno a estudiar, además consiste en caracterizar determinada situación en base al levantamiento de información previo. Es necesario mencionar que los instrumentos primarios de información para este estudio son basados en las entrevistas efectuadas al público objetivo.

El objetivo de este tipo de investigación es mostrar la situación y actitudes que predominan y originan determinado fenómeno, lo interesante de efectuar este tipo de estudio es que no se limita en la recolección de datos ya que realiza predicciones y relaciona variables que se obtienen de estos instrumentos de recolección de información como son la encuesta y la entrevista. Los estudios realizados parten de dar solución a una problemática y es así que originan hipótesis que serán aprobadas o no mediante un análisis efectuado (Morales, 2018).

2.2 Análisis de la demanda

a) Universo de estudio y tipo de investigación bibliográfica

Para el universo de estudio se determinó a la población económicamente activa de la parroquia Alto-Tambo (2764 habitantes) ubicada vía a San Lorenzo-Esmeraldas.

Es la que proporcionará la información general y necesaria para determinar datos referentes a los temas de turismo, centros recreacionales, logde, entre otros, para poder complementar el marco teórico.

Medios utilizados: Documentos científicos, Buscadores académicos, biblioteca virtual UTN, entre otras páginas.

b) Tipo de muestreo y cálculo de la muestra

Para calcular la muestra se aplicó la fórmula de Canavos a la población (2764 personas).

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

Dónde:

P = 0.5 población favor

Q = 0.5 población contra

N = 2770 población

E = 0.05 margen de error

Z = 1.96 nivel de confianza (95 %)

n = X muestra

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 2.764}{(0,05)^2 * (2.764 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{25.473,02}{78.67}$$

$n = 325$ encuestas aplicar

c) Instrumento de recolección

Para el estudio de mercado se ha utilizado los siguientes instrumentos de recolección de datos:

Mediante la aplicación de encuestas se puede tener una visión más clara sobre varios aspectos necesarios que darán respuesta a la pregunta de investigación planteada, es necesario mencionar que la encuesta efectuada en este estudio presento preguntas acerradas con el fin de tener datos específicos y poder tabular de manera más sencilla.

Con el fin de evitar el sesgo al momento de tabular cada variable presente en la encuesta se efectuaron preguntas claras, y se utilizó procedimientos estandarizados para el análisis de resultados

Finalmente es necesario mencionar que la encuesta se aplicó en Google Drive, ya que gracias a las nuevas tecnologías esta herramienta permite tabular y efectuar gráficos estadísticos de una manera sencilla (Koto, 2020).

2.3. Caracterización de la demanda

Este análisis se efectuó en base al cliente o consumidor, el cual se enfocó en las preferencias y gustos del visitante, mediante el levantamiento de información que se realizó.

Encuestas población

Tabla 5:

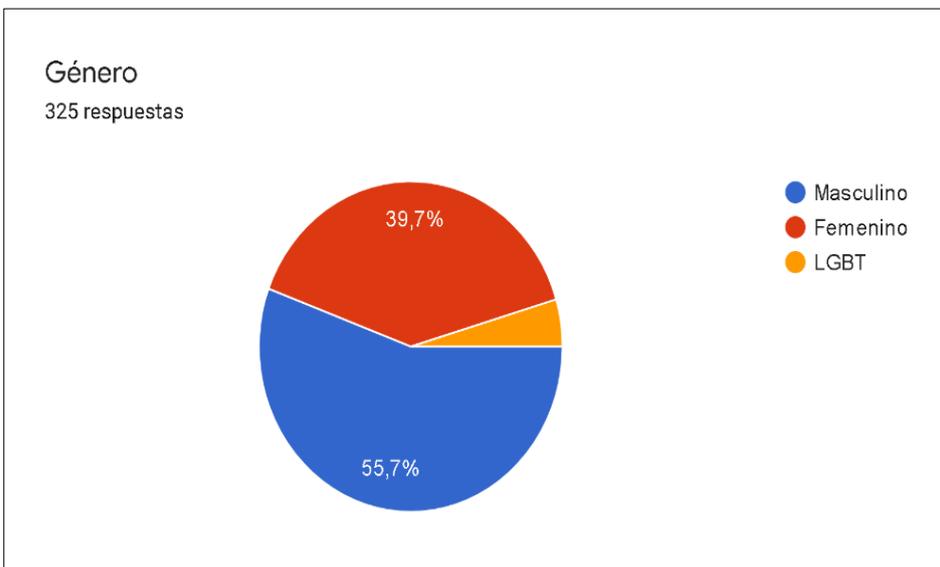
Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	181	55,7%
Femenino	129	39,7%
LGBT	15	4,6%
Total	325	100%

Nota: esta tabla muestra la segmentación de la demanda en base al género. Elaborado por el autor, 2020

Gráfica 1.

Género



Elaborado por el autor, 2020

El 55,7% de los encuestados son de género masculino y el 39,7% son de género femenino y el 4,6% pertenece al género LGTB.

Tabla 6:

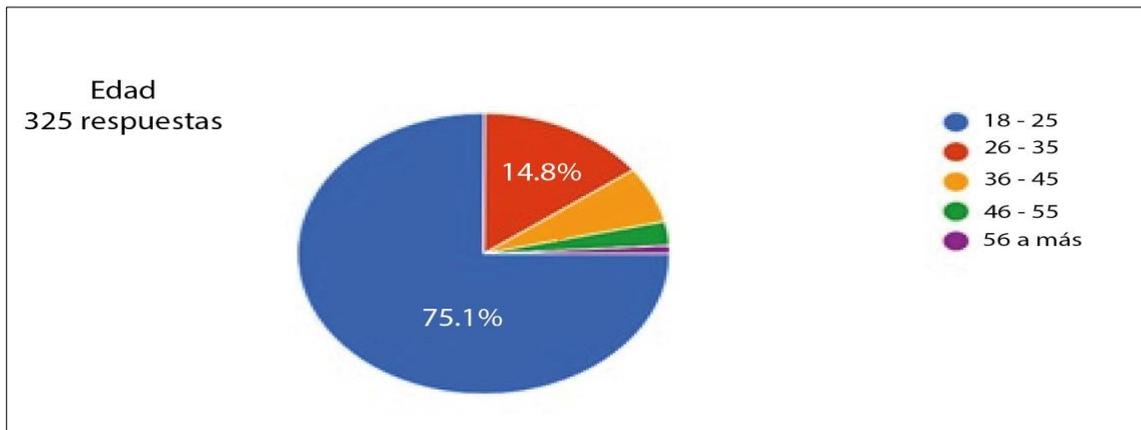
Edad de la población

Rango De Edad	Frecuencia	Porcentaje
18-25	244	75,1%
26-35	48	14,8%
36-45	21	6,5%
46-55	9	2,8%
56-O Mas	3	0,9%
Total	325	100%

Nota: esta tabla muestra la segmentación de la demanda en base a la edad, en base a los resultados obtenidos por la encuesta. Elaborado por el autor, 2020

Gráfica 2.

Edad de la población



Elaborado por el autor, 2020

El 75,1% de los encuestados se encuentran en un rango de edad de 18 – 25, lo cual nos indica que el porcentaje de la población es joven, seguidos del 14,8% en un rango de 26-35 años, un 6,5% se encuentra en un rango de 36- 45 años, en donde lo más bajos fueron de 2,8% de 46-55 años y de 0.9% de 56-0 o más años.

Tabla 7.

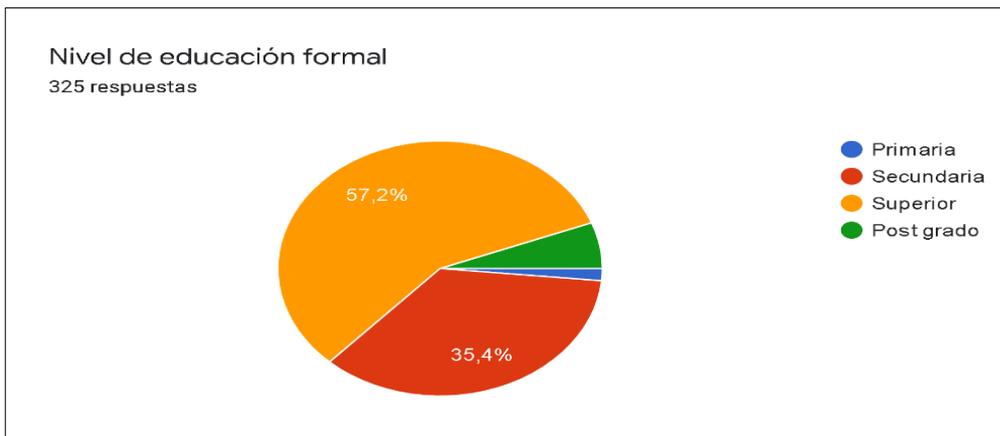
Nivel de educación Formal

Formación	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	5	1,5%
Secundaria	115	35,4%
Superior	186	57,2%
Post Grado	19	5,8%
Total	325	100%

Nota: La presente tabla muestra la segmentación de la demanda en base al nivel de educación, en base a los resultados obtenidos por la encuesta. Elaborado por el autor, 2020

Gráfica 3.

Nivel de educación Formal



Elaborado por el autor, 2020

Con los datos de la encuesta obtuvimos como primer punto 57,2% tienen formación superior, seguidamente 35,4% de formación secundaria con 5,8% post grado y por último tenemos 1,8% que son primaria.

Tabla 8.

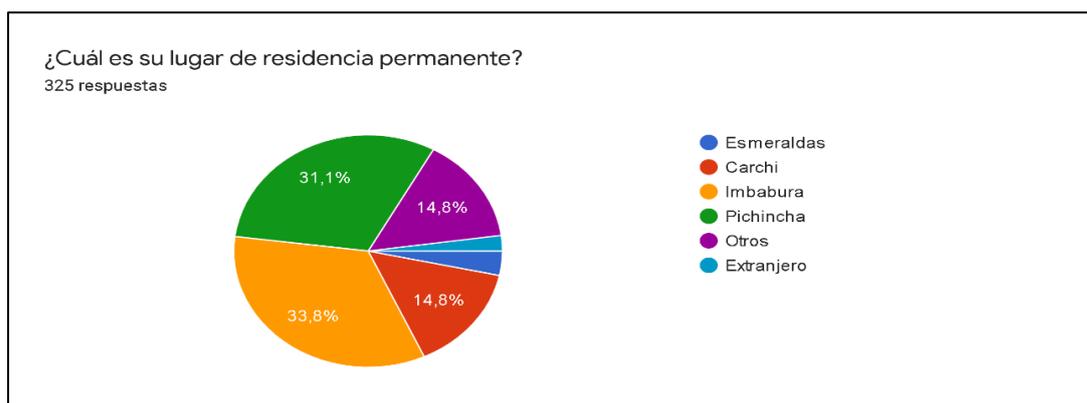
Lugar de residencia

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Esmeraldas	11	3,4%
Carchi	48	14,8%
Imbabura	110	33,8%
Pichincha	101	31,15
Otros	48	14,8%
Extranjero	7	2,2%
Total	325	100%

Elaborado por el autor, 2020

Gráfica 4.

Lugar de residencia



Elaborado por el autor, 2020

Según los encuestados el 31% son de Pichincha es decir son oriundos de este sector, el 25% son de Imbabura, el 22% son del Carchi, el 17% son de otras provincias, el 4% son de Esmeralda, 1% de origen Extranjero.

Tabla 9.

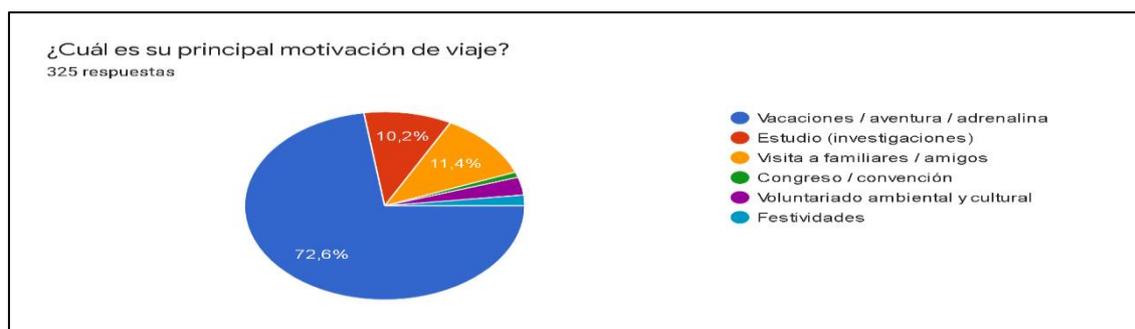
¿Cuál es su principal motivación de viaje?

Motivación	Frecuencia	Porcentaje
Vacaciones aventura / Adrenalina	236	72,6
Estudio (investigaciones)	33	10,2%
Visita a familiares / amigos	37	11,4%
Congreso / convención	3	0,9%
Voluntariado ambiental y cultural	10	3,1%
Festividades	6	1,8%
Total	325	100%

Elaborado por el autor, 2020

Gráfica 5.

Motivación de viaje



Elaborado por el autor, 2020

Los datos de la encuesta arroja la siguiente información que el 72,6% desean ir de vacaciones/aventuras y adrenalina mientras tanto el 10,2% viajan por estudios (investigaciones) el 11,4 % lo realizan para visitar a los familiares/ amigos mientras que el 0,9% lo hace para congresos, convenciones por último tenemos que el 3.1% y el 1,8% lo hace por voluntariado ambiental, cultural y a su vez por festividades.

Tabla 10.

¿Cuándo prefiere realizar sus viajes?

Preferencia	Frecuencia	Porcentaje
Durante la semana	22	6,8%
Fin de semana	123	37,8%
Feriado	57	17,5%
Vacaciones	123	37,8%
Total	325	100%

Nota: La presente tabla muestra la segmentación de la demanda a las preferencias. Elaborado por el autor, 2020

Gráfica 6.

¿Cuándo prefiere realizar sus viajes?



Elaborado por el autor, 2020

Los datos arrojados durante la semana prefieren realizar sus viajes el 6,8% de las personas, los fines de semana se interesan por ir un 37,8% de las personas, en el feriado prefieren realizar sus viajes un 17,5% y como último punto tenemos que la mayoría de los encuestados desean ir en vacaciones con un 37,8%.

Tabla 11

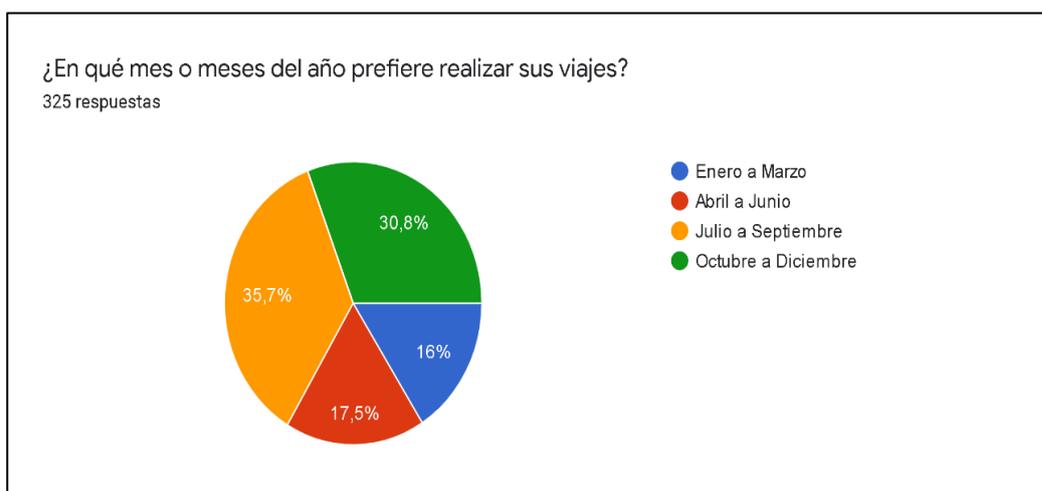
¿En qué mes o meses del año prefiere realizar sus viajes?

Mes-Meses	Frecuencia	Porcentaje
Enero a Marzo	52	16%
Abril-julio	57	17,5%
Julio-septiembre	116	35,7%
Octubre – diciembre	100	30,8%
Total	325	100%

Elaborado por el autor, 2020

Gráfica 7.

¿En qué mes o meses del año prefiere realizar sus viajes?



Elaborado por el autor, 2020

Con la encuesta realizada pudimos deducir que en el mes de enero hasta marzo prefieren viajar un 16% de personas, de abril hasta junio viajan un 17,5% mientras que el 35,7% realizan sus viajes entre julio a septiembre y un 30,8% manifestó que viaja en octubre hasta diciembre.

Tabla 12

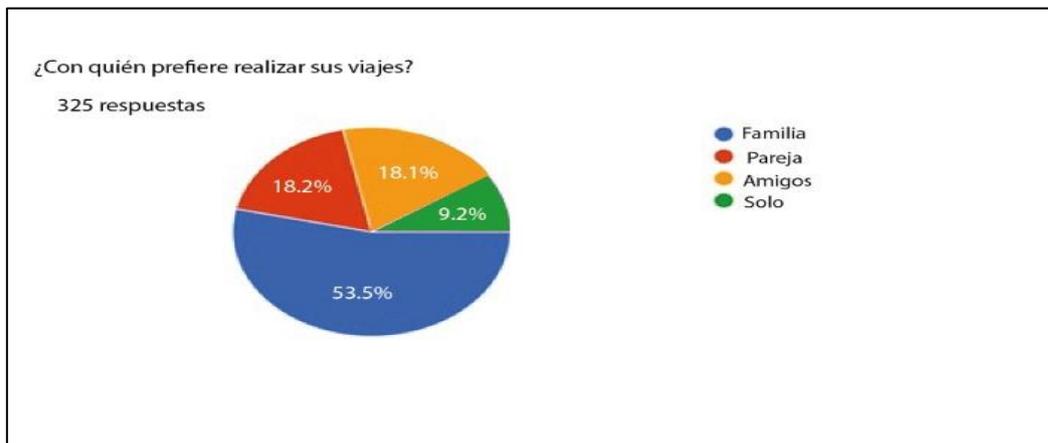
¿Con quién prefiere realizar sus viajes?

Realiza Sus Viajes	Frecuencia	Porcentaje
Familia	174	53,5%
Pareja	59	18,2%
Amigos	59	18,1%
Solo	33	10,2%
Total	325	100%

Elaborado por el autor, 2020

Gráfica 8.

¿Con quién prefiere realizar sus viajes?



Elaborado por el autor, 2020

La información recopilada arroja que el 53,5% de las personas realizan sus viajes en familia, mientras que 18,2% van acompañados de sus parejas, seguido del 18,1% que prefieren viajar con amigos un 10,2% que viaja solo.

Tabla 13

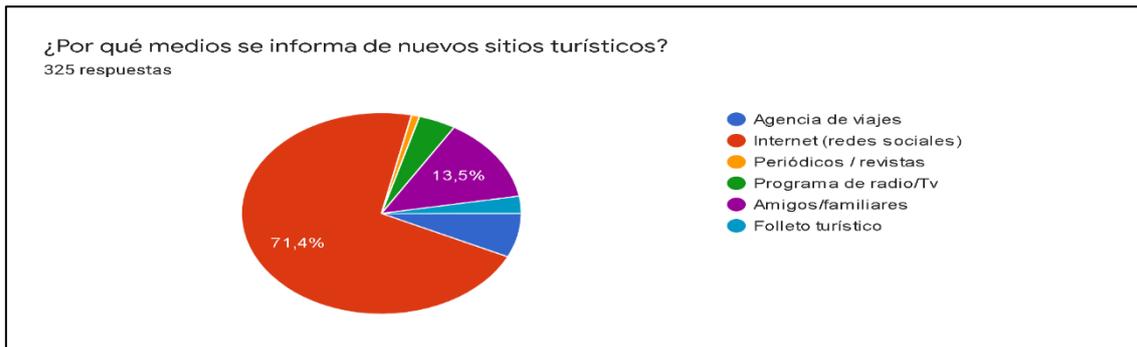
¿Por qué medios se informa de nuevos sitios turísticos?

Información	Frecuencia	Porcentaje
Agencia de viajes	23	7,1%
Internet (redes sociales)	232	71,4%
Periódicos / revistas	3	0,9%
Programa de radio/Tv	14	4,3%
Amigos/familiares	44	13,5%
Folleto turístico	9	2,8%
Total	325	100%

Nota: La presente tabla muestra la segmentación de la demanda en tomando como referencia los sitios turísticos, en base a los resultados obtenidos por la encuesta. Elaborado por el autor, 2020

Gráfica 9.

¿Por qué medios se informa de nuevos sitios turísticos?



Elaborado por el autor, 2020

El 71,4% se informa por medio del internet (redes sociales), consiguiendo el 0,8% lo hace por periódicos o revistas el 4,3% por programas de radio/ TV, se da a conocer amigos y familiares con el 13,5% en último lugar lo hace un 2,8% por folletos turísticos

Tabla 14.

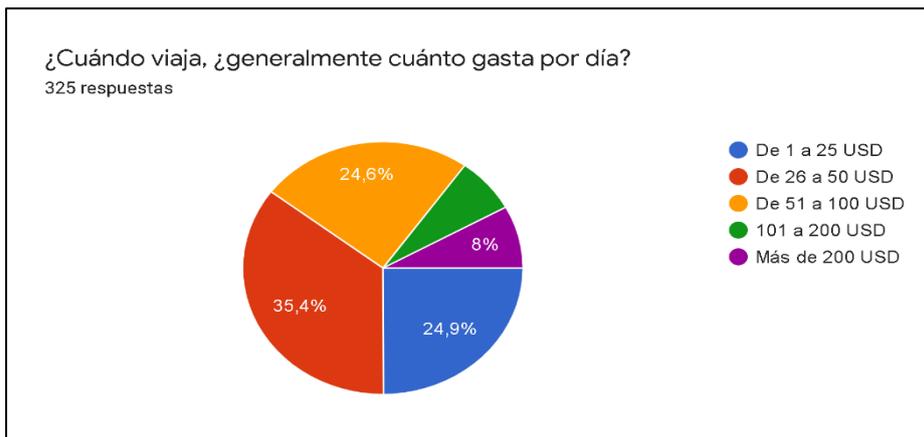
¿Cuándo viaja, ¿generalmente cuánto gasta por día?

Gastos	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 25 USD	81	24,9%
De 26 a 50 USD	115	35,4%
De 51 a 100 USD	80	24,6%
101 a 200 USD	23	7,1%
Más de 200 USD	26	8%
Total	325	100%

Nota: La presente tabla muestra la segmentación de la demanda en tomando como referencia los gastos diarios del turista, en base a los resultados obtenidos por la encuesta. Elaborado por el autor, 2020

Gráfico 10.

¿Cuándo viaja, ¿generalmente cuánto gasta por día?



Elaborado por el autor, 2020

El 35, 4% de las personas gastan de 26 a 50 USD diarios, mientras que el 24,9 % y el 24,6 % gastan aproximadamente de 1 a 25 y de 50 a 100 USD el 8% generalmente gastan más de 200 USD y por último el 7,1% gasta por día entre 101 a 200 USD

Tabla 15.

¿Cuándo usted viaja a Esmeraldas, ¿le gustaría hospedarse en el Lodge “Santa Catalina”?

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Si	271	83,4%
No	54	16,6%
Total	325	100%

Nota: La presente tabla muestra la segmentación de la demanda en tomando como referencia los rangos y frecuencia de viaje, en base a los resultados obtenidos por la encuesta. Elaborado por el autor, 2020

Gráfica 11

¿Cuándo usted viaja a Esmeraldas, ¿le gustaría hospedarse en el Lodge “Santa Catalina”?



Elaborado por el autor, 2020

El 83,4% de las personas encuestadas manifiestan que están de acuerdo con el hospedaje en el Lodge “Santa Catalina y el16, 6% afirma que no desea hospedarse.

Tabla 16.

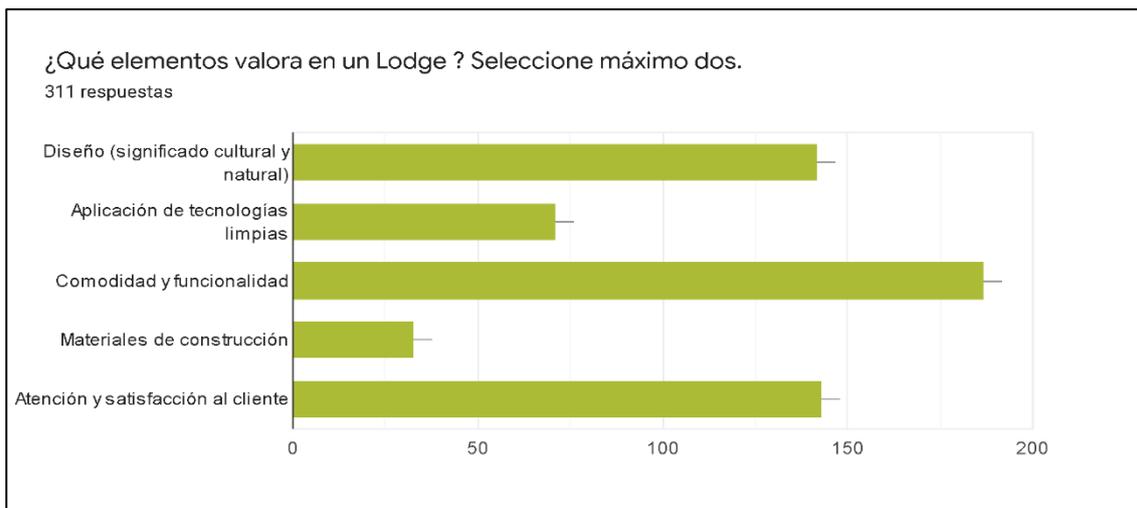
¿Qué elementos valora en un Lodge? Seleccione máximo dos.

SERVICIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diseño (significado cultural y natural)	142	45,7%
Aplicación de tecnologías limpias	71	22,8%
Comodidad y funcionalidad	187	60,1%
Materiales de construcción	33	10.6%
Atención y satisfacción al cliente	143	46%
TOTAL	311	100%

Nota: La presente tabla muestra la segmentación de la demanda en tomando como referencia los rangos y frecuencia de viaje, en base a los resultados obtenidos por la encuesta. Elaborado por el autor, 2020

Gráfica 12

¿Qué elementos valora en un Lodge? Seleccione máximo dos



Elaborado por el autor, 2020

Los elementos más importantes en la encuesta nos señalan que El 45,7% de las personas valoran de un lodge su diseño (significado cultural y natural) mientras que el 60,1% se basa en la comodidad y funcionalidad.

Tabla 17

¿Qué actividades le gustaría realizar en el Lodge “Santa Catalina”? Seleccione máximo cinco

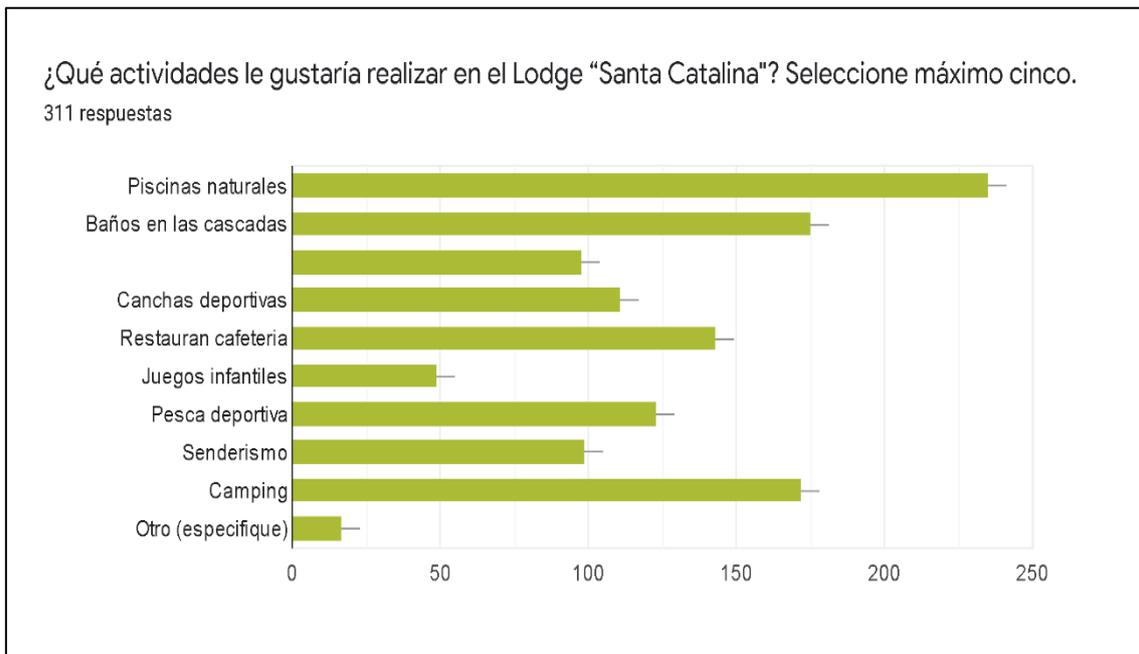
Nota: La presente tabla se encuentra basada en los resultados de la encuesta.

ACTIVIDADES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Piscinas naturales	235	75,6%
Baños en las cascadas	175	56,3%
Establo	98	31,5%
Canchas deportivas	111	35,7%
Restauran cafetería	143	46%
Juegos infantiles	49	15,8%
Pesca deportiva	123	39,5%
Senderismo	99	31,8%
Camping	172	55,3%
Otro (especifique)	17	5,5%
TOTAL	311	100%

Elaborado por el autor, 2020

Gráfica 13

¿Qué actividades le gustaría realizar en el Lodge “Santa Catalina”? ¿Seleccione máximo cinco?



Elaborado por el autor, 2020

De las personas encuestadas el 75,6% indica que les gustaría realizar actividades en las piscinas naturales el 56,3% le gustan los baños en las cascadas mientras que 55,3% opta por el campig, 46% le gustaría ir al restauran Cafería y 39.5 le agrada la pesca deportiva.

Tabla 18

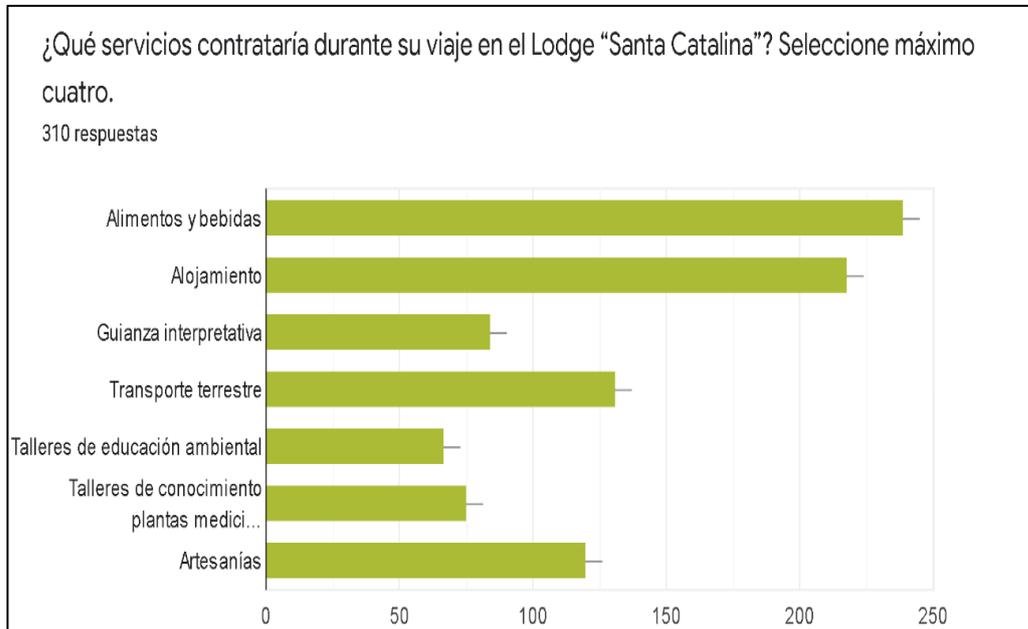
*¿Qué servicios contrataría durante su viaje en el Lodge “Santa Catalina”?
Seleccione máximo cuatro.*

Viaje	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alimentos y bebidas	239	77,1%
Alojamiento	218	70,3%
Guianza interpretativa	84	27,1%
Transporte terrestre	131	42,3%
Talleres de educación ambiental	67	21,6%
Talleres de conocimientos plantas medicinales	75	24,2%
Artesanías	120	38,7%
TOTAL	311	100%

Nota: La presente tabla se encuentra basada en los resultados de la encuesta. Elaborado por el autor, 2020

Gráfica 14

*¿Qué servicios contrataría durante su viaje en el Lodge “Santa Catalina”?
Seleccione máximo cuatro.*



Elaborado por el autor, 2020

Los servicios más demandados son el 77,1% será de alimentos y bebidas el 70,3% contara con alojamiento el 42,3% que tenga trasporte terrestre, mientras que el 38.7% es de artesanías y por último el 24.2% es de talleres de conocimiento plantas medicinales.

Tabla 19

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche de alojamiento en una cabaña del Lodge “Santa Catalina”?

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10-20\$	173	55,6%
21-30\$	88	28,3%
31-40\$	39	12,5%
Más de 40\$	11	3,5%
TOTAL	311	100%

Nota: La presente tabla se encuentra basada en los resultados de la encuesta. Elaborado por el autor, 2020

Gráfica 15.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche de alojamiento en una cabaña del Lodge “Santa Catalina”?



Elaborado por el autor, 2020

El 55,6% está dispuesto a pagar de alojamiento entre 10 a 20\$, un 28,3% cancelaría de 21 a 30\$, un 12,5% paga entre 31 a 40\$ por último 3,5% pagaría más de 40\$

Tabla 20

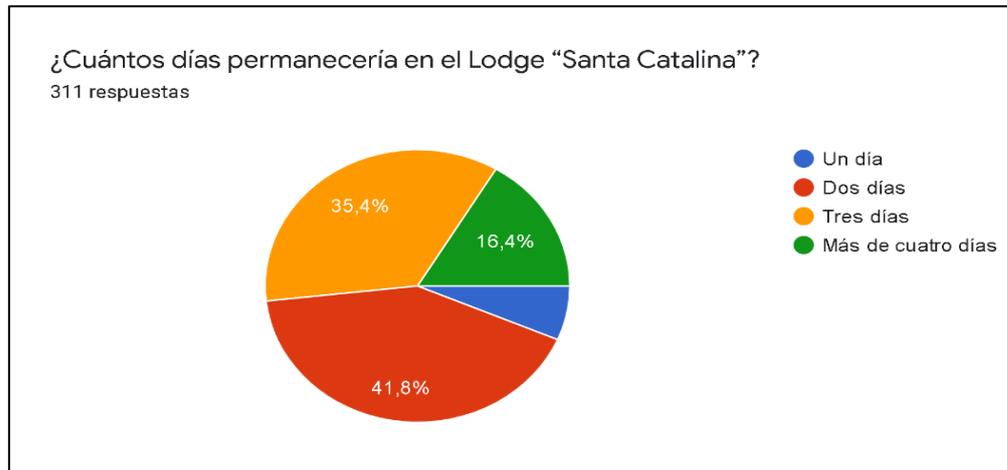
¿Cuántos días permanecería en el Lodge “Santa Catalina”?

DÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	20	6%
2	130	42%
3	110	35%
Más de 4	51	16%
TOTAL	311	100%

Nota: La presente tabla se encuentra basada en los resultados de la encuesta. Elaborado por el autor, 2020

Gráfica 16.

¿Cuántos días permanecería en el Lodge “Santa Catalina”?



Elaborado por el autor, 2020

En base a los resultados obtenidos se muestra que el 6% de la población permanecería en el Lodge solo un día mientras que el 42% desea quedarse dos días, el 35% se quedaría tres días y por último el 16 % se hospedaría más de cuatro días.

2.4. Segmentación de mercado

La siguiente matriz muestra la segmentación con el objetivo de concretar al mercado al cual será dirigida la implementación del Lodge.

Tabla 21.

Producto turístico: Implementación de un Lodge en la Finca “Santa Catalina” parroquia Alto-Tambo, Provincia de Esmeraldas

Segmentación Geográfica

<i>Variable</i>			
<i>País:</i>	Ecuador	17 283 338	100%
<i>Región:</i>	Sierra	7 847 136	45,4%
<i>Provincia:</i>	Imbabura	476 257	2,8%
<i>Parroquia:</i>	Alto Tambo	2764	0,10%
<i>Muestra:</i>	Encuestas	325	100%
1er Resultado: 325 encuestas provienen a nivel nacional			

Segmentación Demográfica

<i>Variable</i>			
<i>Género:</i>	Masculino	181	55,7%
<i>Edad:</i>	18-25	244	75,1%
<i>Lugar de procedencia</i>	Ecuatoriano	325	93%
<i>Nivel de instrucción</i>	Superior	186	57.2%
<i>Nivel de gasto por día</i>	26-50	115	35,4%
2do Resultado: 181 hombres que viven en Ecuador, de 18 a 25 años están estudiando, trabajando o tienen instrucción superior con nivel de gasto promedio por día de 26-50\$.			

Segmentación Psicográfica

<i>Variable</i>			
<i>Nivel Socioeconómico</i>	Medio		
3er Resultado: 115 personas de entre 18-25 años pertenecen a la población económicamente activa dando un nivel de gasto promedio 26-50\$. diarios			

Segmentación Conductual

<i>Variable</i>			
<i>Motivación</i>	Vacaciones / aventura / adrenalina		
Mercado meta: De las 181 personas de género masculino que han realizado la encuesta de un promedio de 18-25 son estudiantes, personas que trabajan o han culminado sus estudios de nivel superior tienen la posibilidad			

de gasto entre 26\$-50\$ por día y estos son de nivel socio económico medio teniendo como preferencia realizar Vacaciones / aventura / adrenalina.

Segmentación de mercado

Nota: La presente tabla se encuentra basada en los resultados de la encuesta. Elaborado por el autor, 2020

Análisis

Mediante el análisis de los resultados obtenidos en base al género del mercado objetivo, se obtuvo que el 55,7% es de género masculino, el 39,7% el género femenino y con el 4,6% del género LGBT. Adicionalmente, el 89,9% presentan edades entre 18 a 35 años, esto indica que el nicho de mercado se constituye de una población económicamente activa, con edades en adecuadas condiciones físicas y motivadas a realizar acciones que demandan esfuerzo. Este segmento de mercado se encuentra en una economía media, la cual les permite gastar de 26\$ a 50\$ por día.

2.5. Análisis de la oferta

En base al análisis de las características del mercado objetivo se establecieron los productos y servicios que se ofertarían en el proyecto. En este sentido al dirigirnos a una población joven y activo se ofertará los servicios de alojamiento, alimentación, piscinas, pesca deportiva, senderismo, campamentos juegos infantiles, además el turista podrá disfrutar de las cascadas ríos para la relajación. En este sentido al dirigirnos a una población joven y activa, se desempeñarán actividades deportivas, turismo de aventura.

Tabla 22.*Análisis de la oferta*

Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo
La Chiquita - Refugio de Vida	Refugio silvestre	Naturaleza	Refugio
Canchimalero	Playa	Naturaleza y religioso	Turismo cultural y religioso
Playa de San Lorenzo	Playa	Diversión y relax	Diversidad cultural
Isla de los pájaros	hábitat natural	Naturaleza	Anidación y reproducción
Cascada de la Princesa Tari	Paisaje natural	Naturaleza	Actividades varias
La Tolita	Arqueología	Cultural	Cultural y arqueológico

Nota: La presente tabla se encuentra basada en los resultados de la encuesta. Elaborado por el autor, 2020

2.6. Proyección de la competencia**Tabla 23.***Proyección de la competencia*

Nombre	Tipo de producto	Ubicación
Centro de Desarrollo Turístico Comunitario	Hostería	Lita-Rubén Ferigra S/N y Tobías Aguirre Ibarra 100155 Ecuador
Las 7 cascadas	Reserva turística	Vía a San Lorenzo Km. 66.5, Esmeraldas- Ecuador
Guanábana Republica	Balneario temático	Vía San Lorenzo Parroquia Jijón y Caamaño (Carchi)

Elaborado por: Autor, 2020.

Análisis

En la tabla se hace referencia a establecimientos que están cerca al lugar de la ejecución del proyecto y se encuentran en un rango considerado.

2.7. Análisis de la demanda

La proyección de la competencia para el presente proyecto se realiza a partir de la cantidad de personas que hacen uso de servicios y actividades turísticas de instalaciones aledañas.

Con la investigación realizada se asume que nuestra primera competencia es la Centro de Desarrollo Turístico Comunitario que recibió un total de 558 huéspedes en el 2020, debido a esto y a su ubicación a pocos kilómetros se lo considera como un potencial competidor. Se proyecta la oferta que se plantea tener dentro de 5 años ya que el costo de inversión del proyecto es medianamente elevado.

2.8 Proyección de la demanda competencia

El cálculo de la proyección se realiza para 5 años debido a que la inversión es alta correspondiendo al periodo 2020-2025 y se desarrolla mediante la fórmula de Muñoz (2014)

Formula: $C_n = (1 + i)^n C_0$

Dónde

C_n = oferta futura

C₀ = promedio de turistas anuales que recibe la competencia (558)

i = es la tasa de crecimiento anual del 4%

n = corresponde a cada año de proyección (2020-2025).

Tabla 24.*Proyección de la demanda*

Año	Demanda $C_n = C_0(1 + i)^n$
0	558
1	580
2	603
3	628
4	735
5	894

Elaborado por el autor, 2020

Análisis

Con la aplicación de la fórmula se pronostica que dentro de 5 años la proyección de la oferta se aproxima a los 894 visitantes que se hospedarán y harán uso de los servicios de alojamiento, con esto se tiene una visión en cuanto a la oferta que podría tener el emprendimiento cuando se presenta iniciar su funcionamiento.

2.8.1 Demanda potencial**Tabla 25.***Demanda potencial*

Población de mercado objetivo Pichincha e Imbabura	221
Porcentaje de intención de compra	64.9
Demanda potencial	14342.9

Elaborado por el autor, 2020

Análisis

La tabla se expresa la demanda potencial para el emprendimiento propuesto, la cual es de 14342.9 visitantes anuales los cuales podrían hacer uso de las instalaciones que se ofertan dentro del Lodge

2.9. Proyección de la demanda potencial

La proyección de la demanda para el emprendimiento está planteada para los próximos 5 años, para esto se ha empleado la fórmula del incremento poblacional compuesto.

$$Cn = Co (1 + i)^n$$

Donde:

Cn = Incremento compuesto

Co = 14342.9

i = Índice de crecimiento turístico (4%) 0,04

n = Años a proyectar (2020- 2025)

Tabla 26.

Proyección de la demanda

Año	Demanda $Cn = Co(1 + i)^n$
0	14342.9
1	14916.6
2	15513.3
3	16133.8
4	16779.2
5	17450.3

Elaborado por el autor, 2020

Análisis

Con la aplicación de la fórmula se prevé que dentro de 5 años es decir para el 2025 se proyecta una demanda de aproximadamente de 17450.3 visitantes, los cuales visitaran o aran uso de las instalaciones ofertadas en el emprendimiento.

2.10. Demanda Insatisfecha

Proyección de la demanda insatisfecha

Tabla 27.

Proyección de la demanda insatisfecha

Año	Demanda potencial	Competencia	Demanda insatisfecha
0	14342.9	558	13784.9
1	14916.6	580	14336.6
2	15513.3	603	14910.3
3	16133.8	628	15505.8
4	16779.2	735	16044.2
5	17450.3	894	16556.3

Elaborado por el autor, 2020

Análisis

La demanda insatisfecha obtenida según el cálculo establecido para el año 2025 es aproximadamente de 16556.3 turistas, con este dato se plantea realizar la demanda objetiva proyectada.

Demanda objetiva proyectada

Para obtener los valores de la demanda objetiva, primeramente, se determina el porcentaje a captar mediante la siguiente fórmula:

$$\% \text{ a captar} = \text{Demanda insatisfecha} \times 96\% \div \text{Demanda potencia}$$

$$\% \text{ a captar} = 13784.9 \times 96\% \div 14342.9$$

$$\% \text{ a captar} = 96 = 0,9$$

Al haber obtenido el porcentaje a captar, se procede a realizar el cálculo de la demanda objetiva. Para ello, se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{Demanda objetiva} = \text{Demanda insatisfecha} \times 0,09 \div 100$$

Tabla 28.

Demanda insatisfecha

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva
0	13784.9	12.41%
1	14336.6	12.90%
2	14910.3	13.42%
3	15505.8	13.95%
4	16044.2	14.44%
5	16556.3	14.90%

Elaborado por el autor, 2020

Análisis

En la presente tabla se puede determinar la variación de la demanda para cinco años, es necesario mencionar que durante este periodo de análisis la demanda insatisfecha presenta un incremento al igual que la demanda objetivo dando un total del 14,90% para el 5to año.

CAPITULO III

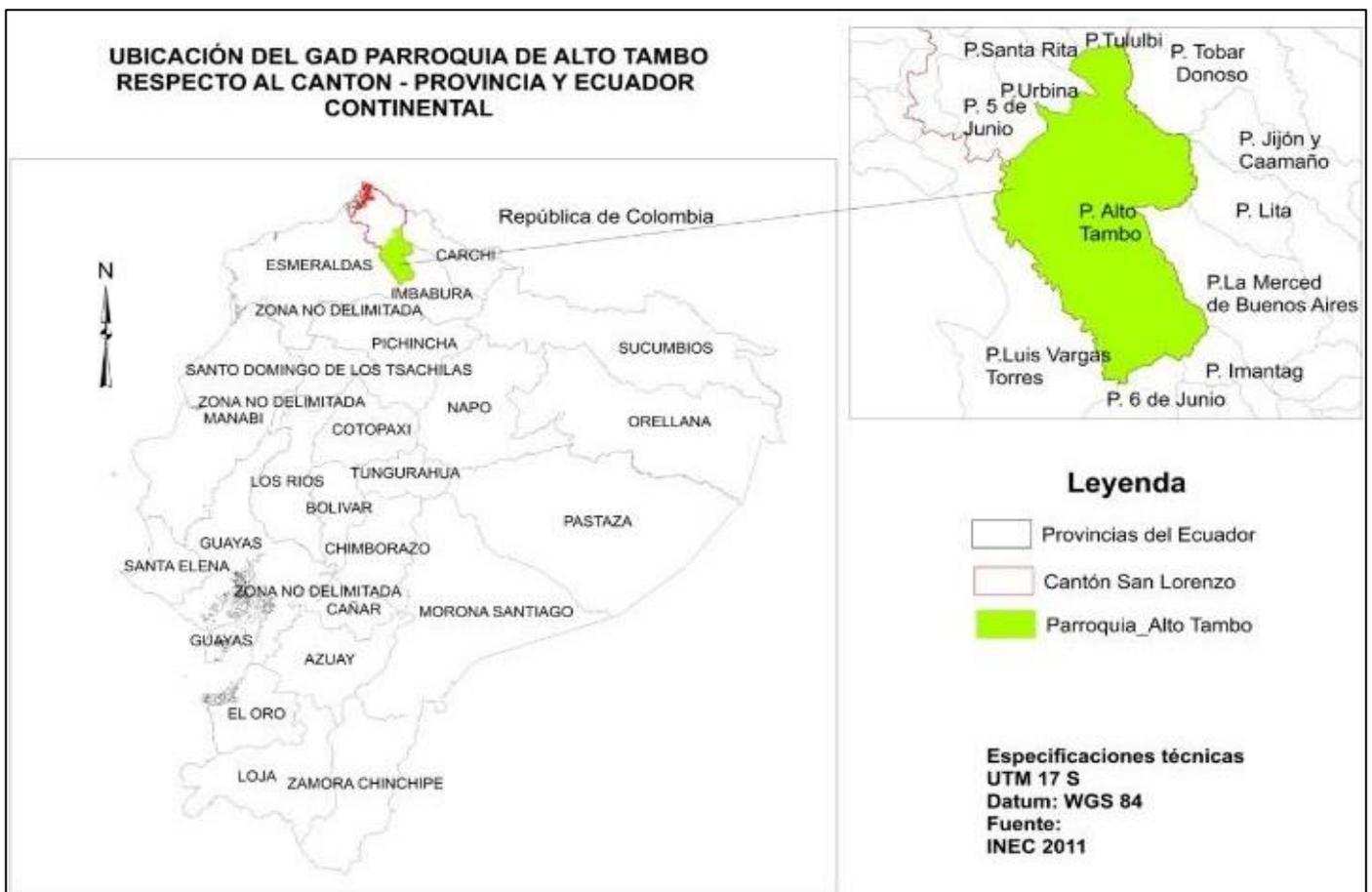
3. ESTUDIO TÉCNICO Y ADMINISTRATIVO

3.1 Macro localización

El Proyecto está ubicado en la parroquia de Alto Tambo ubicado en Esmeraldas en la parte norte del cantón San Lorenzo. Esta parroquia se encuentra dentro de la reserva ecológica Cotacachi- Cayapas.

Gráfica 17.

Macro localización.



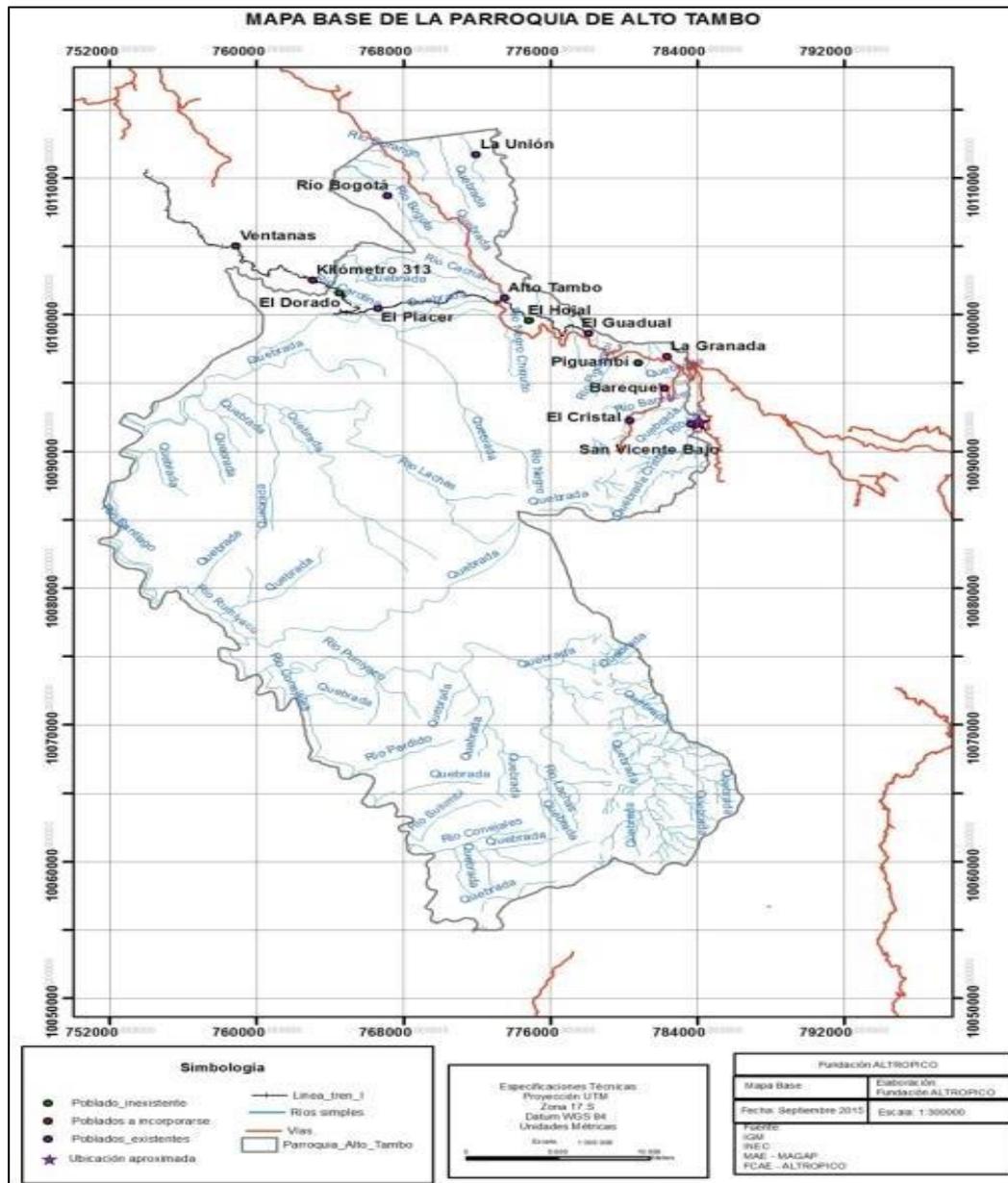
Fuente: IGM – INEC, 2015

3.2 Micro localización

El terreno que se utilizará para el Logde se encuentra ubicado en la Vía E-10(Ibarra-San Lorenzo) y km. 49.

Gráfica 18.

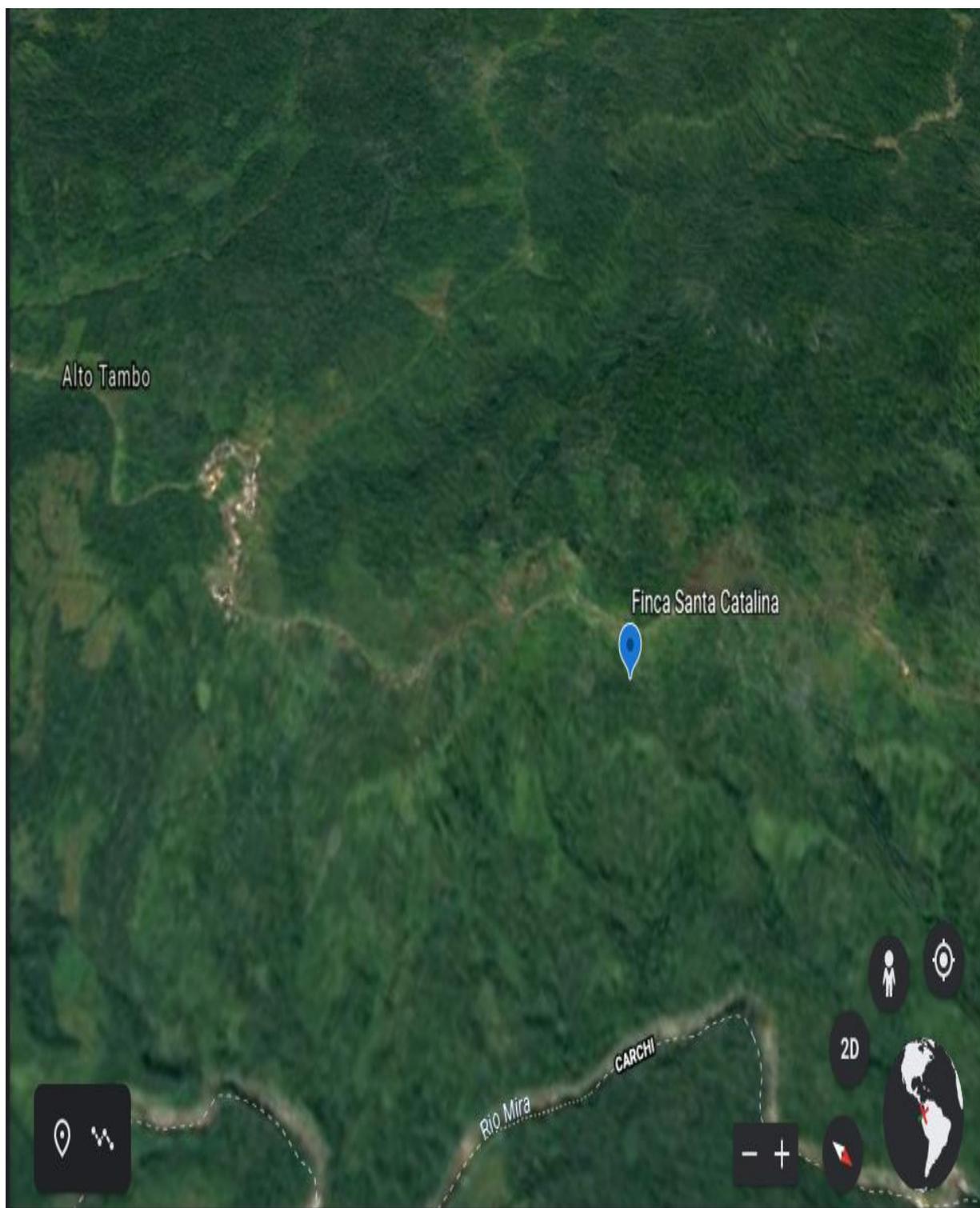
Microlocalización



Fuente: IGM – INEC, 2015

Gráfica 19.

Fotografía de la Finca Santa Catalina



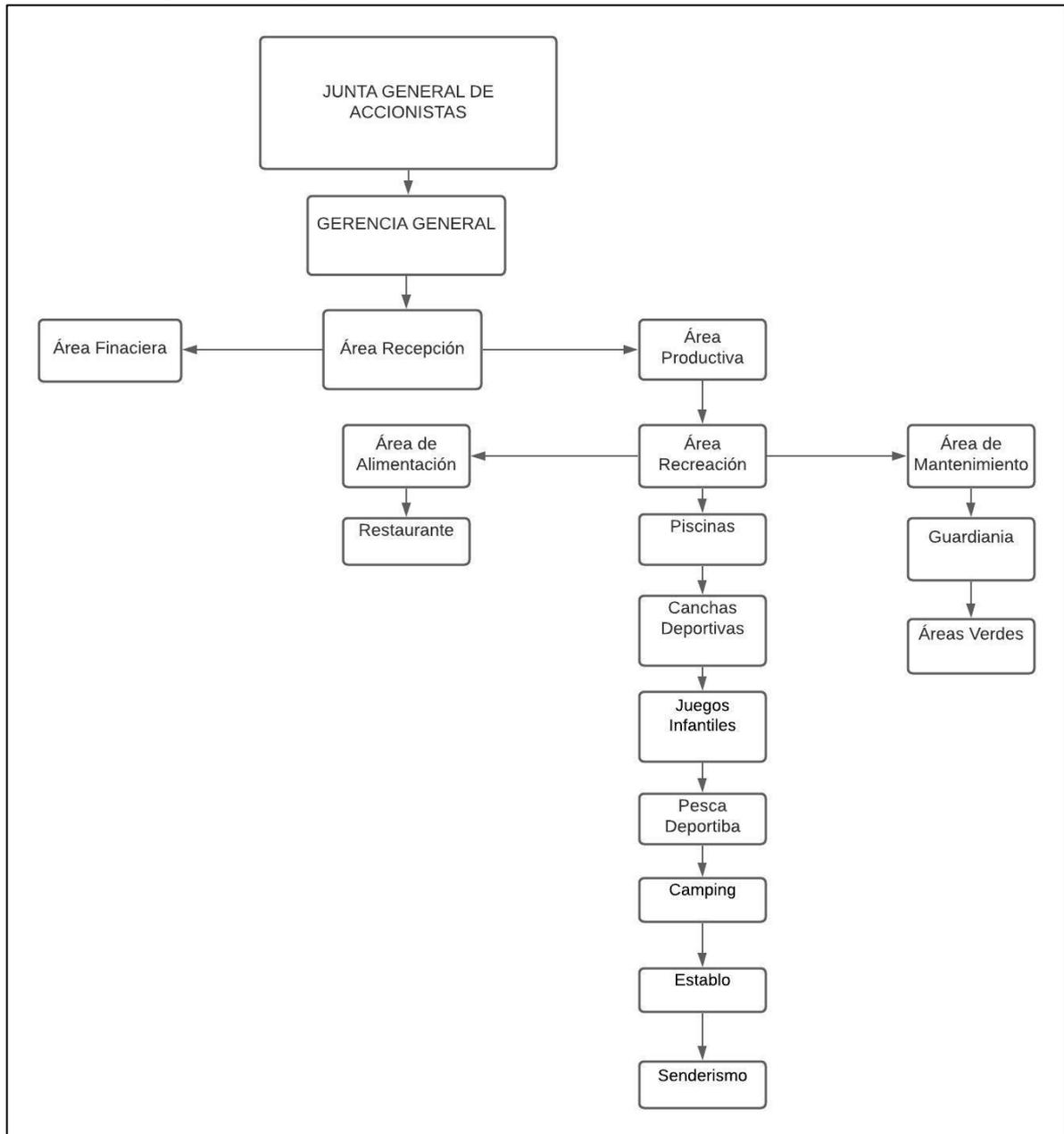
Elaborado por: Autor, 2020

3.3 Estructura organizativa y administrativa

Para que el proyecto presente un funcionamiento adecuado es necesario desarrollar una estructura organizativa con sus respectivos responsables, tal y como se detalla a continuación:

Gráfica 20.

Estructura organizativa y administrativa



Elaborado por: Autor, 2020

3.3.1 Misión

“Brindar un servicio de excelencia con variedad, con un personal altamente capacitado, adelantándonos a las necesidades de nuestros clientes en cuanto a gustos, preferencias turísticas y culturales”

3.3.2 Visión

“Ser el mejor Logde turístico contribuyendo al desarrollo del turismo en la Parroquia y a la vez el reconocimiento a nivel nacional, apoyando al mismo tiempo con el mejoramiento social, económico y humano”

3.3.3 Políticas

1) De la empresa

- Para reservaciones se realizará por lo menos cinco días antes de la visita con la cancelación del 50% en caso de reservación e inasistencia la empresa no devolverá el dinero cancela.
- Los objetos de valor encargue en la recepción.
- El logde no se hará responsable en caso de pérdida de objetos de valor que no hayan sido encargados en la recepción.
- El cliente siempre tiene la razón.

2) De los empleados

- Todos los trabajadores deberán usar sus respectivos uniformes (jean, camiseta celeste y gorra en caso de requerirla).

- Todos los trabajadores deberán ser amables con los visitantes y prestar información adecuada y oportuna.
- Deberán llevar de forma visible sus credenciales.
- Los empleados deberán ser puntuales.

3) De los clientes

- Los visitantes no podrán ingresar con alimentos, mascotas, armas o bebidas alcohólicas.
- Es obligatorio el uso de traje de baño para el uso de las piscinas.
- Es necesario la utilización de gorras de baño para evitar la caída de cabellos en las piscinas.
- Se deben duchar antes de ingresar a las piscinas.
- Se debe solicitar canastas en la recepción para guardar su ropa.
- No botar basura

3.3.4 Valores y principios

a) Del trabajo

- Tener buenas relaciones interpersonales.
- Eficiencia en su trabajo.
- Responsabilidad en su desempeño laboral.
- Ser versátil.
- Capacidad de trabajar bajo presión.
- Debe ser crítico de su trabajo y de los demás.

- Tener liderazgo.

c) De la persona

- Buena presencia, tolerante. colaborador, amable, puntual.
- Honesto, respetuoso, dinamismo, leal, humilde, sinceridad.

El Logde “Santa Catalina” está comprometido a rendir al máximo para su satisfacción, a partir de su creación buscara el liderazgo y la continua innovación y estar completamente preparada para renovar e incorporar nuevos conceptos para satisfacer las necesidades de los clientes.

3.3.5 Imagen corporativa

- **Nombre**

El Logde se va a llamar “**SANTA CATALINA**” se escogió este nombre porque el abuelo del propietario deseo que se llamará así su finca, en honor a su nieta.

- **Slogan**

El slogan hace referencia a las experiencias que se llevaran consigo los visitantes al momento de estar en este lugar.

“Vivencias Únicas a tu Alcance”

- **Logo de la empresa**

El color amarillo utilizado en el sol representa un clima propicio y prosperidad que brinda el lugar, junto con el color verde del árbol representando la tonalidad

de la naturaleza. Entonces diré que el texto y el icono se encuentran fundidos en la naturaleza representada por las llanuras. Dando un tono azul de fondo el cual representa el color de las cristalinas aguas de los ríos y cascadas que son parte del logde.

Gráfica 11.

Logo



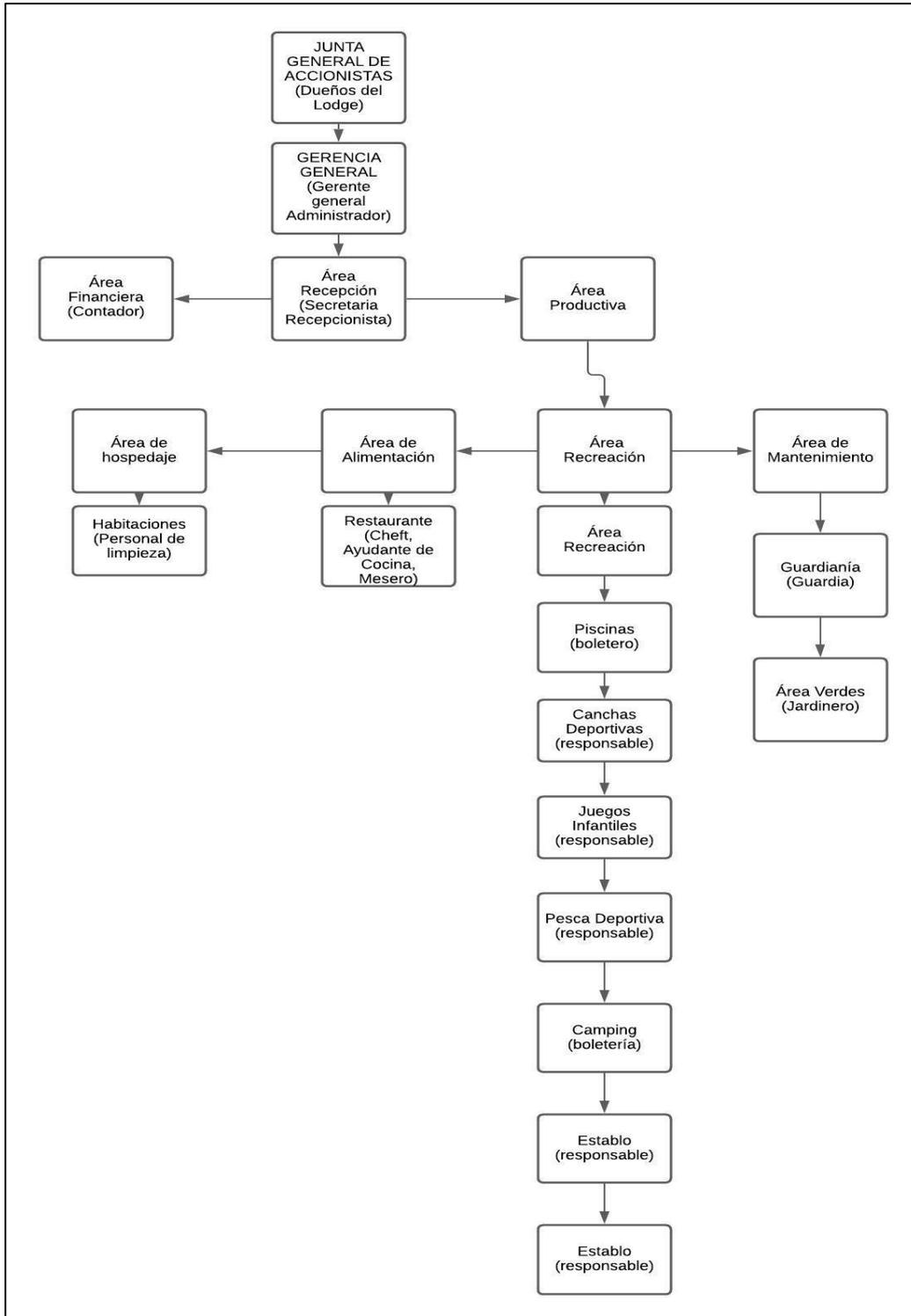
Elaborado por: Autor 2020

3.3.6 Organigrama funcional

En base a la estructura organizacional efectuada previamente se determinó al personal necesario para la empresa, el cual se detalla a continuación:

Gráfica 22.

Organigrama funcional



Elaborado por: Autor, 2020

3.4 Manual de funciones y políticas de remuneración

Tabla 29.

Manual de funciones del administrador

Nombre del cargo	Gerente
Duración del trabajo	8 horas al día
Descripción del cargo El gerente es la autoridad principal de la empresa y se encarga de controlar y supervisar cada departamento de la compañía	
Ocupaciones: <ul style="list-style-type: none">• Dirigir el departamento financiero de la empresa• Inspeccionar y regularizar las actividades de la empresa.• Fiscalizar el flujo de efectivo de la empresa• Suscitar políticas de mercadeo.• Mostrar informes del funcionamiento de la empresa cada año• Establecer el alcance y control de los objetivos y metas cumplidos en un periodo determinado• Realizar estrategias para mejorar el funcionamiento de la empresa• Realizar y definir nomina• Supervisar el desempeño laboral• Recepción y control de la comunicación interna y externa.• Conservar y operar la documentación de la empresa• Atender e informar al consumidor	
Características del cargo <ul style="list-style-type: none">• Tomar decisiones administrativas y financieras.• Responsabilidad en cada actividad y departamento de la empresa	
Requerimientos: <ul style="list-style-type: none">• Título en ing. Turismo, Ing. Administración de empresas o afines.• Experiencia de más de un año en trabajo afines• Buenas relaciones humanas• Experiencia de 2 años• Dominio del idioma ingles	

Elaborado por Autor, 2020

Tabla 30.

Remuneración del personal administrativo

Cargo	N.º	Sueldo mensual	Costo Anual
Administrador	1	500	6000
Total			6000

Elaborado por: Autor, 2020

Tabla 31.

Manual de funciones de la secretaria/recepcionista

Nombre del cargo	Secretaria
Duración del trabajo	8 horas al día
Descripción del cargo:	La persona encargada de desarrollar este cargo debe llevar un manejo ordenado de la documentación de la empresa, además de brindar información a los clientes.
Ocupaciones	<ul style="list-style-type: none">• Mantener la comunicación interna y externa• Atención al cliente• Elaborar un registro de los clientes.• Coordinar actividades de la compañía que sean asignadas.• Realizar la escritura de los documentos y oficios que se requieran• Manejo de reservas• Cumplir con diferentes actividades que se encomienden a futuro• Tener en orden las obligaciones de servicios complementarios.• Información de actividades y servicios que brinde la empresa
Características de cargo	<ul style="list-style-type: none">• Responsabilidad en el manejo de documentos y archivos de la empresa.• Excelente capacidad para la reservación y comercialización de los servicios
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none">• Título en secretariado.• Conocimiento de administración turística.• Buenas relaciones humanas.

Elaborado por Autor, 2020

Tabla 32.

Remuneración del personal de recepción/secretaria

Cargo	N.º	Sueldo Mensual	Costo Anual
Recepción/secretaria	1	420	5040
Total			5040

Elaborado por Autor, 2020

Tabla 32.1.

Manual de funciones de la Contador

Nombre del cargo	Contador
Duración del trabajo	1 vez al mes o dependiendo de los requerimientos de la empresa

Descripción del trabajo:

Es la persona encargada en llevar un registro de los ingresos y gastos de la empresa, además de encargarse de las obligaciones tributarias.

Ocupaciones:

- Análisis de los gastos para la operación de la empresa.
- Procesar informes cada mes sobre el estado de situación financiera de la empresa
- Desarrollar los libros de análisis contable y exponerlos cada mes.

Características de trabajo:

- Desarrollo del manejo contable
- Elaboración eficaz de análisis del estado financiero

Requisitos:

- Título de contador.
- Experiencia de 1 año

Elaborado por Autor, 2020

Tabla 33.

Remuneración del personal de contador

Cargo	N.º	Sueldo Mensual	Costo Anual
Contador	1	500	6000
Total			6000

Elaborado por Autor, 2020

Tabla 34.

Manual de funciones del encargado del Chef

Nombre del cargo	Chef
Duración del trabajo	8 horas diarias
Descripción del trabajo:	
Elaboración de los platos típicos nacionales y extranjeros para el visitante.	
Ocupaciones:	
<ul style="list-style-type: none">• Seguir las normas de salubridad para la elaboración de los alimentos• Efectuar el inventario de los alimentos disponibles y que se necesiten• Elaboración de los menús• Mantener limpio y ordenado el lugar de preparación de los alimentos• Inspeccionar los pedidos que realiza el turista• Compra de los alimentos necesarios una vez por semana	
Requisitos:	
<ul style="list-style-type: none">• Licenciado en gastronomía.• Puntualidad• Trabajo en equipo	

Elaborado por Autor, 2020

Tabla 35.

Remuneración del encargado del chef

Cargo	N.º	Sueldo Mensual	Costo Anual
Chef	1	400	4800
Total			4800

Elaborado por Autor, 2020

Tabla 36.

Manual de funciones del encargado del ayudante de cocina

Nombre del cargo	Ayudante de cocina
Duración de trabajo	8 horas diarias

Descripción del trabajo:

Ayudar al chef en la elaboración de los alimentos.

Ocupaciones:

- Mantener un registro de los alimentos disponibles y determinar las fechas de caducidad de los productos
- Mantener limpio y ordenado el área de trabajo
- Cumplir con las normas de salubridad
- Revisar los pedidos
- Revisar la maquinaria y equipo del restaurante

Requisitos:

- Conocimiento de cocina.
- Un año de experiencia

Elaborado por Autor, 2020

Tabla 37.*Remuneración del encargado del ayudante de cocina*

Cargo	N.º	Sueldo Mensual	Costo Anual
Ayudante de cocina	1	400	4800
Total			4800

Elaborado por Autor, 2020

Tabla 38.*Manual de funciones del encargado del mesero*

Nombre del cargo	Mesero
Duración del trabajo	8 horas diarias
Descripción del trabajo:	Es la persona encargada de atender al turista que requiera de alimentación en el área del restaurante.
Ocupaciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Atención a los clientes • Limpieza y orden de las mesas • Entregar del menú a los clientes • Atender los requerimientos del cliente en base a los pedidos. Informar al chef las observaciones que presenten los clientes • Guardar los objetos perdidos y olvidados del cliente para proceder a su devolución
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller • Buena actitud • Puntualidad

Elaborado por Autor, 2020

Tabla 39.*Remuneración del encargado del mesero*

Cargo	N.º	Sueldo Mensual	Costo Anual
Mesero	1	400	4800
Total			4800

Elaborado por Autor, 2020

Tabla 40.

Manual de funciones del Encargado de manteniendo.

Nombre del cargo	Encargado de mantenimiento
Duración del trabajo	8 horas diarias
Descripción del trabajo:	La persona encargada en cuidar y mantener limpio las áreas verdes y recreacionales del lodge.
Ocupaciones:	<ul style="list-style-type: none">• Cuidado y conservación de las áreas verdes.• Brindar mantenimiento del área recreacional del lodge• Efectuar otras ocupaciones que le asignen el jefe.
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none">• Estudios de bachiller.• Conocimientos del trabajo a desarrollar

Elaborado por Autor, 2020

Tabla 41.

Remuneración del encargado de mantenimiento

Cargo	N.º	Sueldo Mensual	Costo Anual
Encargado de mantenimiento	1	400	4800
Total			4800

Elaborado por Autor, 2020

Tabla 42.*Manual de funciones del Guardián*

Nombre del puesto	Guardia del centro de recreación
--------------------------	----------------------------------

Tiempo de trabajo	Tiempo nocturno
--------------------------	-----------------

Naturaleza del trabajo:
Brindar seguridad al lodge

Funciones:

- Notificar anomalías y problemas del lugar
- Vigilar todas las áreas del lodge
- Cumplir con otras funciones que se le designe

Requisitos:

- Experiencia de más de un año en área de seguridad
- Puntualidad

Elaborador por: Autor 2020

Tabla 43.*Remuneración del guardián*

Cargo	N.º	Sueldo Mensual	Costo Anual
Guardia	1	420	5040
Total			5040

Elaborado por Autor, 2020

Tabla 44.*Manual de funciones del Guía*

Nombre del cargo	Guía
Duración del trabajo	8 horas diarias
Descripción del trabajo:	
Es la persona encargada en guiar a los visitantes por los senderos de la empresa	
Ocupaciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • Acercamiento directo con los turistas • Brindar información al visitante sobre historias y leyendas propias del sector 	
Requisitos:	
<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de bachiller. • Buenas relaciones humanas. 	

Elaborado por Autor, 2020

Tabla 45.*Remuneración del boleterero*

Cargo	N.º	Sueldo Mensual	Costo Anual
Guianza	1	400	4800
Total			4800

Elaborado por Autor, 2020

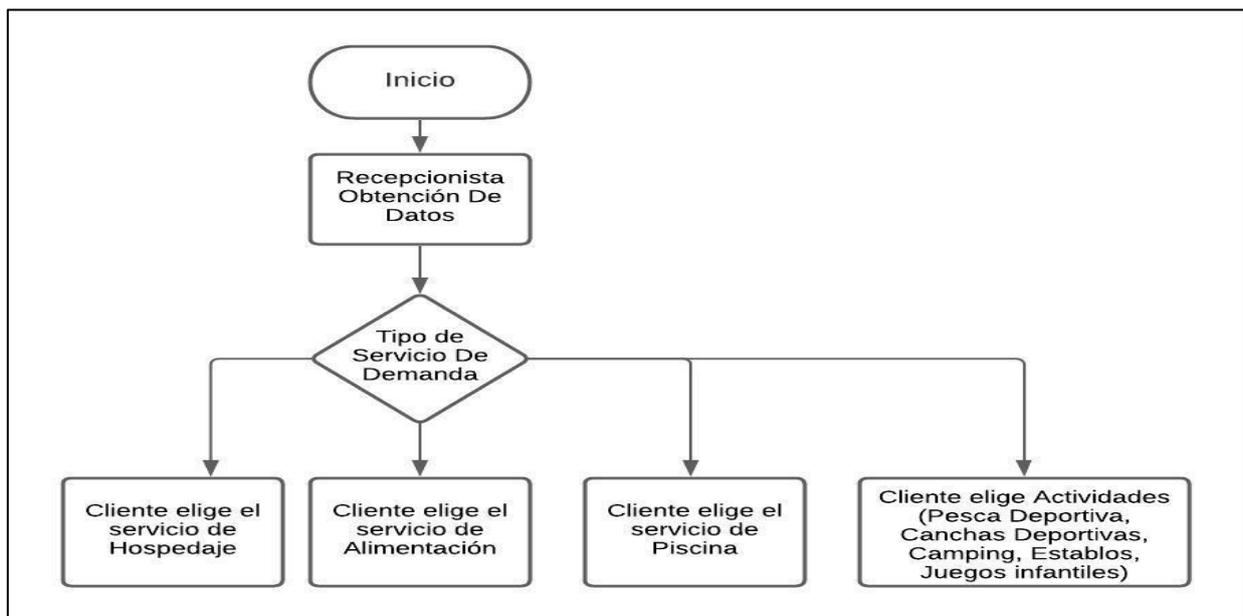
3.5 Flujograma general de producción de servicios turísticos

3.5.1 Descripción del diagrama de flujos

3.5.1.1 Flujograma general de producción de servicios turísticos

Gráfica 2.

Descripción del diagrama de flujos

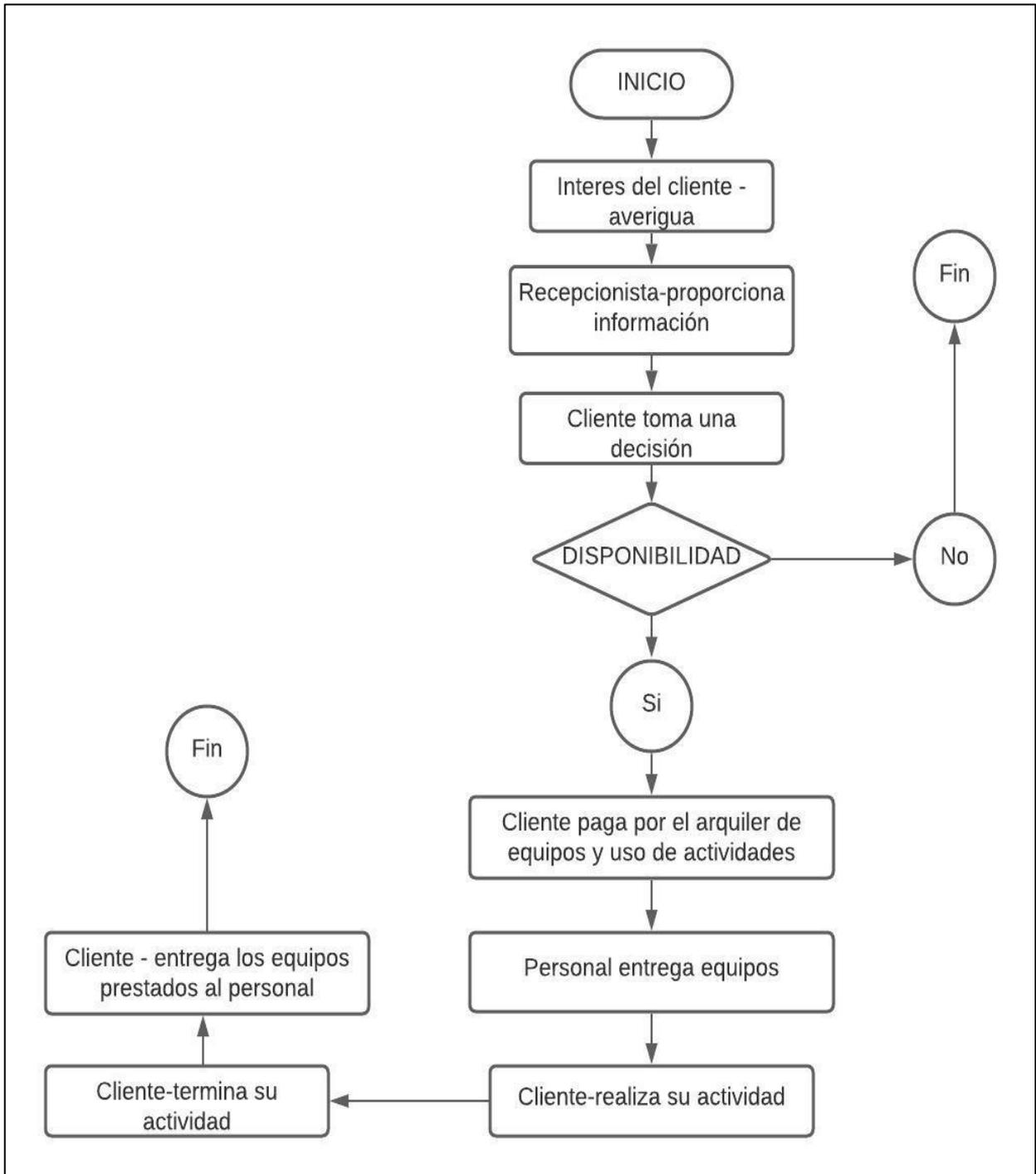


Elaborado por Autor, 2020

3.5.1.2 Flujograma del servicio de piscina

Gráfica 3.

Flujograma del servicio de piscina

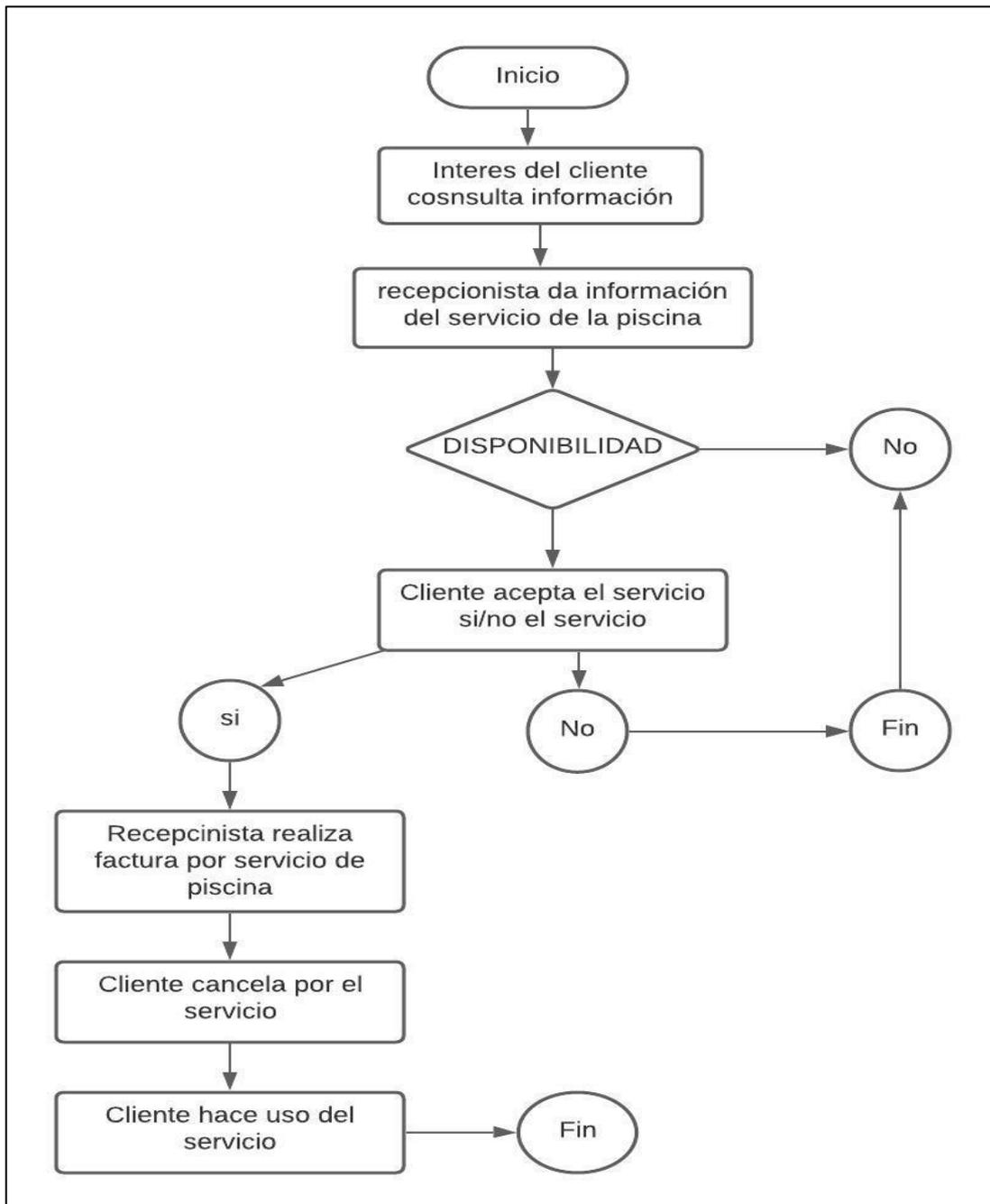


Elaborado por Autor, 2020

3.5.1.3 Flujograma del servicio de alimentación

Gráfica 4.

Flujograma del servicio de alimentación

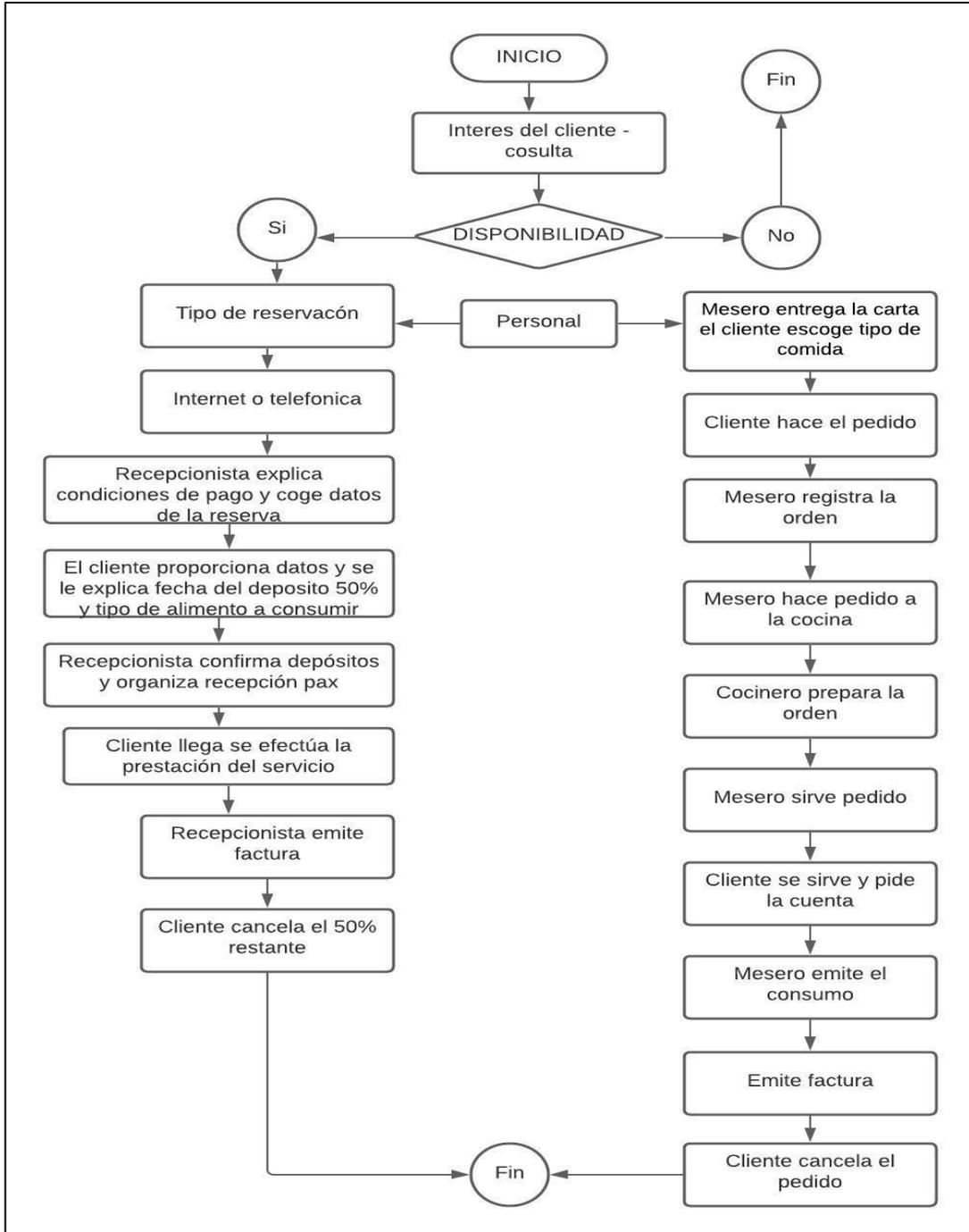


Elaborado por Autor, 2020

3.5.1.4 Flujoograma del servicio de recreación

Gráfica 5.

Flujoograma del servicio de recreación

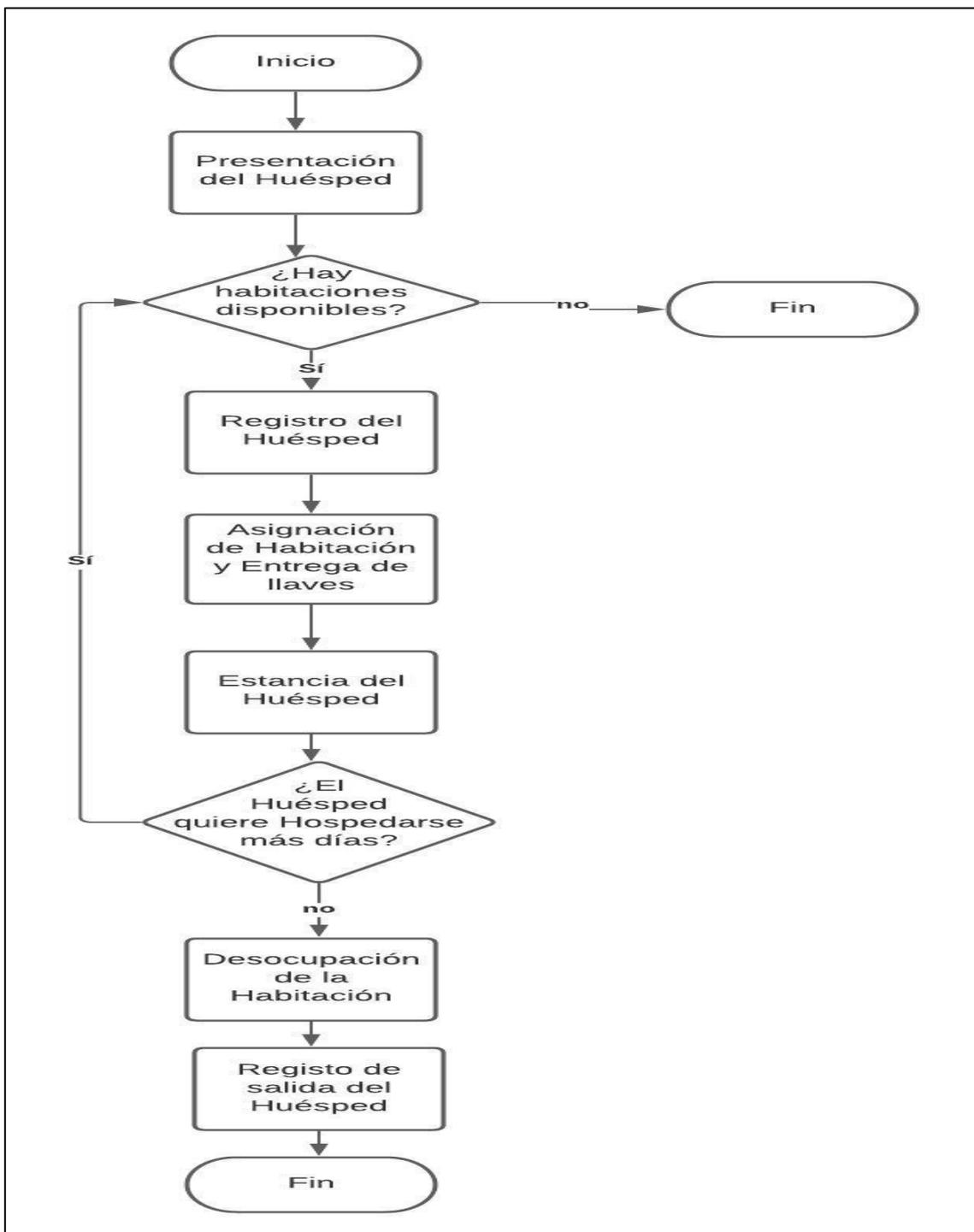


Elaborado por Autor, 2020

3.5.1.5 Flujograma del servicio de Hospedaje

Gráfica 28.

Flujograma del servicio de Hospedaje



Elaborado por Autor, 2020

3.6 Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual

Tabla 46.

Requisitos legales

Requisitos legales
<ul style="list-style-type: none">✓ Comprobante de pago del registro único del turismo y del registro✓ Solicitud dirigida al director del ministerio de turismo✓ Constitución legal RUC y datos del representante legal de la empresa✓ Acta de constitución✓ Licencia única anual de funcionamiento de establecimientos turísticos✓ Certificado del registro conferido por el Ministerio de Turismo✓ patente municipal y comprobante de pago de patente anual✓ Certificado del Ministerio de Salud y del cuerpo de bomberos✓ Formulario actualizado de la planta turística✓ Copia de la escritura o contrato de arrendamiento del terreno✓ Categorización en el caso de ingresar por primera vez✓ Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
Constitución de la compañía de sociedad limitada
<ul style="list-style-type: none">✓ Se requiere de la aprobación de la Superintendencia de Compañías✓ En base al Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el nombre comercial deberá estar patentado en base a la aprobación de la Superintendencia de Compañías ✓ Se requiere 3 copias certificadas de la escritura de constitución de la empresa✓ Aprobación del nombre de la Compañía Apertura cuenta de Integración de Capital Celebrar la Escritura Pública✓ Obtener el RUC✓ Retirar la cuenta de Integración de Capital✓ Presentar una cuenta de la compañía✓ Tener permiso por parte del SRI para imprimir Facturas

Elaborado por Autor, 2020

a. Requerimiento de instalaciones

El diseño arquitectónico lo realizó una empresa especializada en la construcción llamada PAREDES Y PAREDES ARQUITECTURA (Quito-Ecuador), en función de las necesidades requeridas por los visitantes en el estudio de mercado.

1) Definición y organización del espacio

La propiedad cuenta con una extensión de 30 hectáreas y la construcción del Logde es de **22117.92m²** distribuidos de la siguiente manera.

Tabla 46.

Áreas de construcción del Logde.

Áreas Por Construirse	M²
2 Cabañas matrimonial 11m*11m	121
2 Cabañas Individual 11m*11m	121
Administración y Recepción	39
Restaurante	150
Piscina 1 de 15m *25m*2.5m	375
Piscina 2 de 10m*20m*1.50m	200
Baterías sanitarias y duchas	18
Canchas deportivas	762
Juegos infantiles	50
Establos 14.06m*22.97m	322
2 piscinas de Tilapias 10m*20m*1.5m	400
Área de Camping 85m*175m	15000
Total	17,560

Elaborado por Autor, 2020

2) Presupuesto de instalaciones (inversiones fijas)

a) Presupuesto de construcción de las Cabañas matrimoniales e individuales.

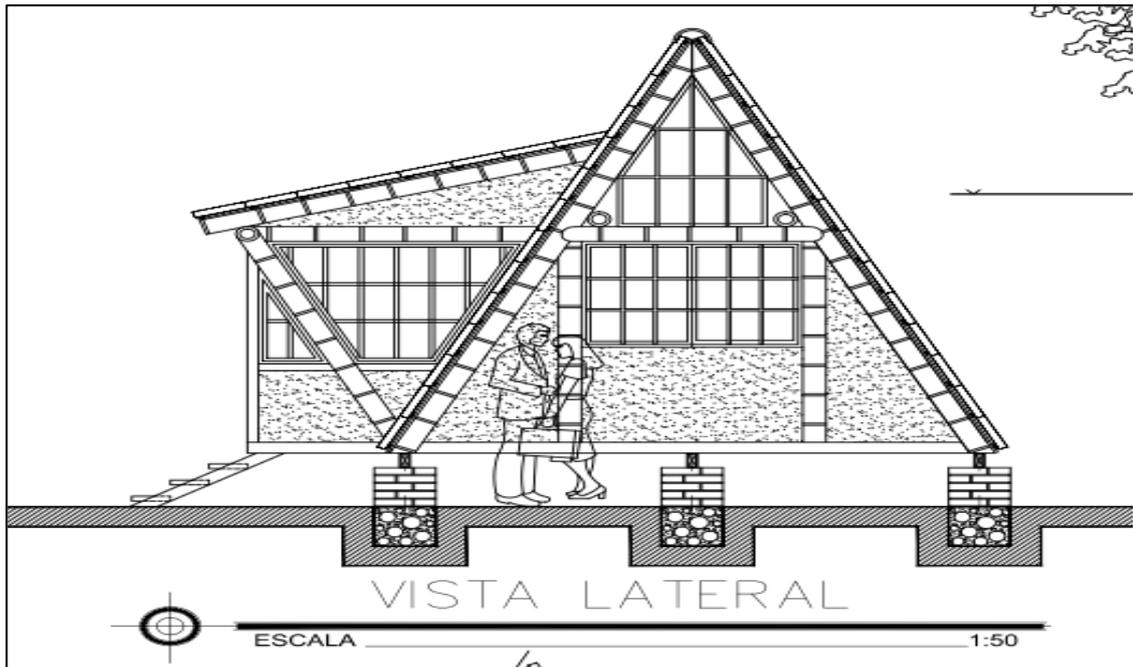
Tabla 47.*Presupuesto de construcción de Cabañas*

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Manual de actividades de limpieza y desbroce	M2	144	1	147
Ajustes de replanteo y nivelación del terreno	M2	122	2	269
Proceso de excavación de cimientos	M3	2	9	16
Bases elaboradas de madera (20*20*150)	U	16	6	104
Vigas hechas de madera (15*10)	ML	35	4	156
Pilares fabricados en madera, Diámetro=12 Cm	ML	48,00	5,86	281
Viguetas para las barras de tipo controvertidas, Diámetro=8 Cm	ML	48	6	281
Proceso de entablado para el piso (debe poseer un ancho de 20cm)	M2	60	9	557
Proceso de entablado para las paredes (debe poseer un ancho dAncho 20cm)	M2	69	20	1.379
Cumbrero (remate de tejado) de barras Diámetro=12 Cm	ML	146	26	3.729
Apoyos de Cumbrero Diámetro=10 Cm	ML	20	8	164
Apoyos de cubierta graduada	U	66	9	563
Cubierta para plancha de tipo termoacústico	M2	105	10	1.091
Adquisición de la caja de revisión	U	116	25	2.928
Puerta de madera panelada Baño de 0.70 m	U	2	76	152
Puerta de madera panelada. de 0.90 m	U	1	117	117
Ventanas elaboradas de madera	M2	2	145	291
Salida para el agua fría	PTO	22	45	978
Llave De Control de tipo FV 1/2	U	4	36	146
Lavamanos	U	2	9	17
Inodoro de tanque bajo con fondo hondo	U	2	58	115
Ducha de tipo sencilla con técnica de cromado	U	2	164	328
Tubería de PVC 50 mm	ML	2	10	20
Canalización eléctrica PVC 110 mm	ML	16	4	65
Salidas para aguas servidas 110 mm	PTO	25	9	224
Rejilla Interior para el piso	U	1	48	48
Tablero eléctrico de control 4-8 puntos	U	3	8	23
Acometida eléctrica de tipo principal	ML	1	59	59
Conductor para la iluminación número 12	PTO	30	12	352
Tomacorrientes dobles	PTO	15	21	315
Pasamanos fabricados en madera	ML	15	11	169
Escaleras hechas de tablón	M2	24	65	1.593
Proceso de limpieza (una vez finalizada la obra)	M2	3	31	106
Total				16.867

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquizo en el año 2012 <http://dspace.esepoch.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

Gráfica 6.

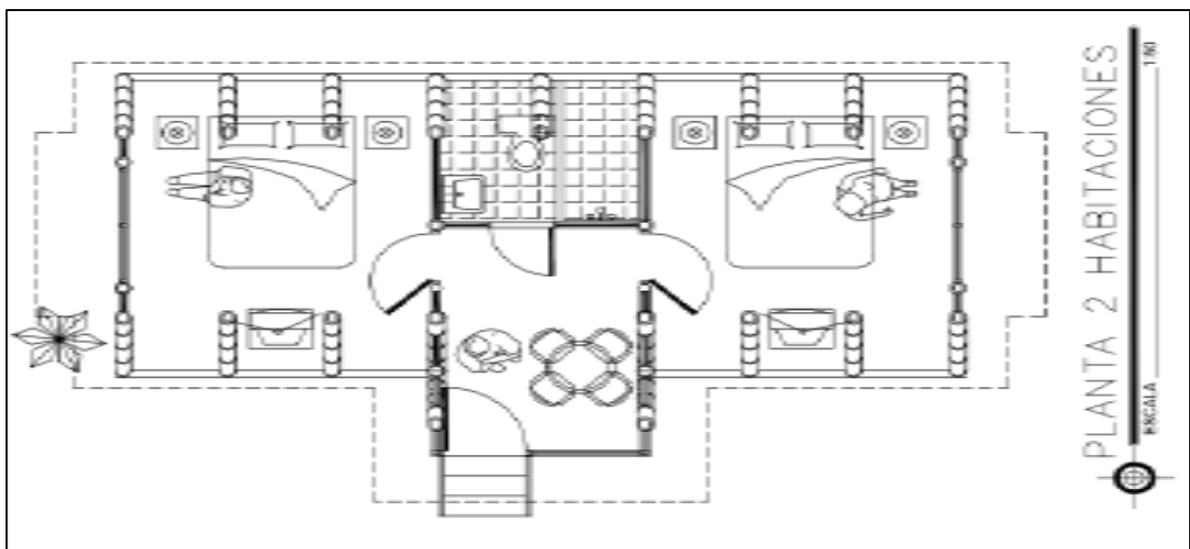
Cabaña



Elaborado por: Cadena (sf), citado en Gaibor, (2014).

Gráfica 7.

Planos de Cabañas



Elaborado por: Cadena (sf), citado en Gaibor, (2014).

a) Presupuesto de construcción de la administración y recepción.

Tabla 48.

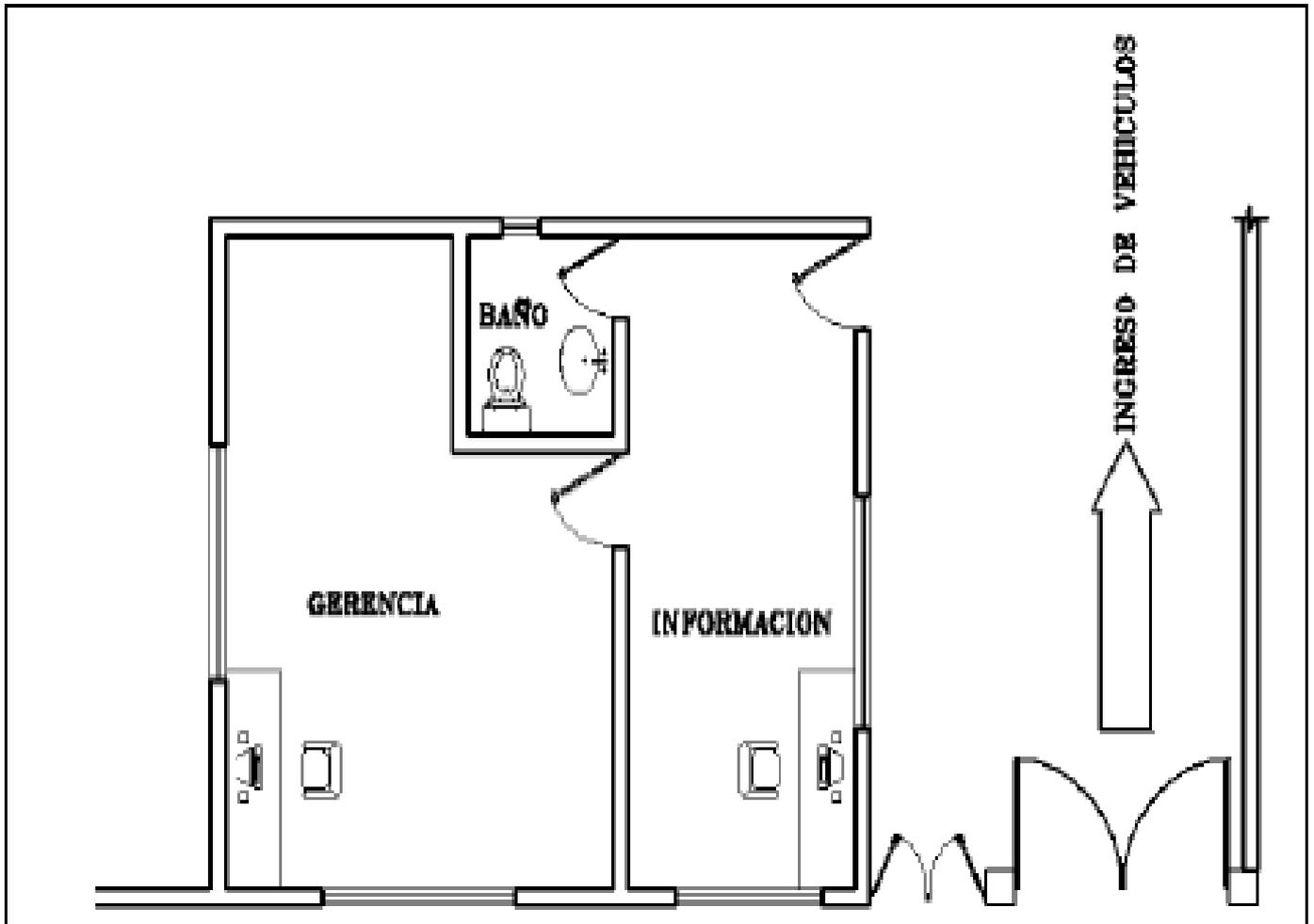
Presupuesto referencial construcción administración y recepción.

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Manual de actividades de limpieza y desbroce	M2	45	1	45
Ajustes de replanteo y nivelación del terreno	M2	40	2	88
Manual de actividades de excavación del suelo, Inc. Desalojo	M3	6	9	50
Hormigón de tipo ciclópeo (composición de 40% Hs F'c=140 KG/CM2 + 60% Piedra)	M3	2	85	197
Hormigón Simple con resistencia en Plintos F'c=210Kg/cm2.	M3	1	124	96
Hormigón Simple para la elaboración de columnas F'c=210kg/Cm2 (incluye encofrado)	M3	1	240	346
Hormigón Simple en cadenas con resistencia de F'c=210kg/Cm2 (posee encofrado)	M3	1	213	255
Hormigón Simple para conformar vigas Perimetrales con resistencia F'c=210 Kg/Cm2 (incluye encofrado)	M3	1	151	143
Acero para concreto (tipo estructural con resistencia de Fy=4200 KG/CM2)	KG	436	1	545
Solera de 8 CM con HORMIGON resistente a 180 KG/CM2 para acceso	M2	45	6	266
Acero Estructural (incluye proceso de pintura esmalte y anticorrosivo)	KG	400	4	1.556
Cubierta procesada por Galvalumen, E=0.40mm, (Instalación de suministros, incluyendo accesorios)	M2	45	13	600
Mampostería De Bloque con espesor=15 Cm	M2	53	11	559
Enlucido Liso interior y exterior	M2	60	20	1.205
Cerámica Graiman Para Pisos Antideslizante 30x30	M2	40	17	667
Puertas fabricadas en aluminio, con Vidrio Gris De 4 mm	M2	4	208	749
Ventanas hechas de aluminio con vidrio de 4 mm	M2	9	144	1.220
Pintura Acrílica Satinada de forma interior y exterior, para 2 capas de pintura	M2	60	6	363
Punto para la iluminación de tipo interior o exterior	U	6	26	154
Punto para la toma de corriente	U	6	46	276
Proceso de Instalación del Tablero eléctrico de distribución monofásica 110v/127v	U	1	600	600
Instalación sanitaria de Agua Fría (comprende tubería Hidro 3 de diámetro 1/2" y demás Accesorios)	PTO	1	36	36
Instalación sanitaria de aguas servidas (comprende tubería y demás accesorios)	PTO	2	48	97
Tubería PVC 55mm (Para el desagüe de aguas servidas)	M	3	4	12
Tubería PVC 110mm (Para el desagüe de aguas servidas)	M	3	9	27
Proceso de Instalación de inodoros	U	1	164	164
Proceso de instalación de lavamanos empotrables	U	1	70	70
Proceso de instalación de sumideros de piso con procedimiento de cromado de 50mm, con sifón para baños	U	1	10	10
TOTAL				10.330

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquiza en el año 2012 <http://dspace.esoch.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

Gráfica 8

Diseño arquitectónico de administración, financiera y recepción



Elaborado por: Cadena (sf), citado en Gaibor, (2014).

b) Presupuesto de construcción del restaurante

Tabla 49.*Presupuesto referencial construcción del restaurante*

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Manual de actividades de limpieza y desbroce	M2	200	1	204
Ajustes de replanteo y nivelación del terreno	M2	150	2	332
Manual de actividades de excavación del suelo, Inc. Desalojo	M3	15	9	134
Hormigón de tipo ciclópeo (composición de 40% Hs F`c=140 KG/CM2 + 60% Piedra)	M3	10	85	845
Hormigón Simple con resistencia en Plintos F`c=210Kg/cm2.	M3	2	124	186
Hormigón Simple para la elaboración de columnas F`c=210kg/Cm2 (comprende encofrado)	M3	4	240	1.010
Hormigón Simple en cadenas con resistencia de F`c=210kg/Cm2 (posee encofrado)	M3	3	213	606
Hormigón Simple para la losa y proceso de vigas con una resistencia de F`c=210 Kg/Cm2 (comprende encofrado)	M3	38	292	10.953
Bloques alivianados	U	12.000	1	8.640
Acero para refuerzo (tipo estructural con resistencia de Fy=4200 KG/CM2)	KG	895	1	1.119
Solera(contrapiso) de 8 CM con HORMIGON resistente a 180 KG/CM2 para acceso	M2	150	.5,91	887
Cajas de revisión con resistencia de F`c=210 Kg/Cm2, 60x60cm, posee la tapa fabricada con hormigón Armado	U	1	76	76
Mampostería de bloque con espesor=15 Cm	M2	80	11	849
Proceso de masillado e impermeabilización para la losa de cubierta	M2	152	9	1380
Enlucido de tipo liso para las capas interiores y exteriores	M2	85	20	1700
Cerámica marca Graiman de tipo antideslizante 30x30 (para piso)	M2	150	17	2502
Cerámica marca Graiman (para paredes)	M2	100	20	2.026
Barredera de cerámica marca Graiman H= 8 Cm	M2	4	3	10
Puertas fabricadas en aluminio, con Vidrio Gris De 4 mm	M2	10	208	2.081
Ventanas De Aluminio Y Vidrio	M2	9	144	1.292
Pintura Acrílica Satinada de forma interior y exterior, para 2 capas de pintura	M2	85	6	512
Punto para la iluminación de tipo interior o exterior	U	11	26	283
Punto para la toma de corriente	U	13	46	598
Proceso de Instalación del Tablero eléctrico de distribución monofásica 110v/127v	U	1	600	600
Alimentador para el tablero de especificaciones 3x6, 1x8	MI	25	68	1.695
Instalación sanitaria de Agua Fría (comprende tubería Hidro 3 de diámetro 1/2" y demás Accesorios)	PTO	4	36	146
Instalación sanitaria de aguas servidas (comprende tubería y demás accesorios)	PTO	4	48	193
Tubería PVC 55mm (Para el desagüe de aguas servidas)	M	50	4	207
Tubería PVC 110mm (Para el desagüe de aguas servidas)	M	50	9	447
Llave de Paso con especificaciones similares a 1/2" Fv	U	2	9	17
Proceso de Instalación de inodoros	U	2	164	328
Proceso de instalación de lavamanos empotrables	U	2	58	115

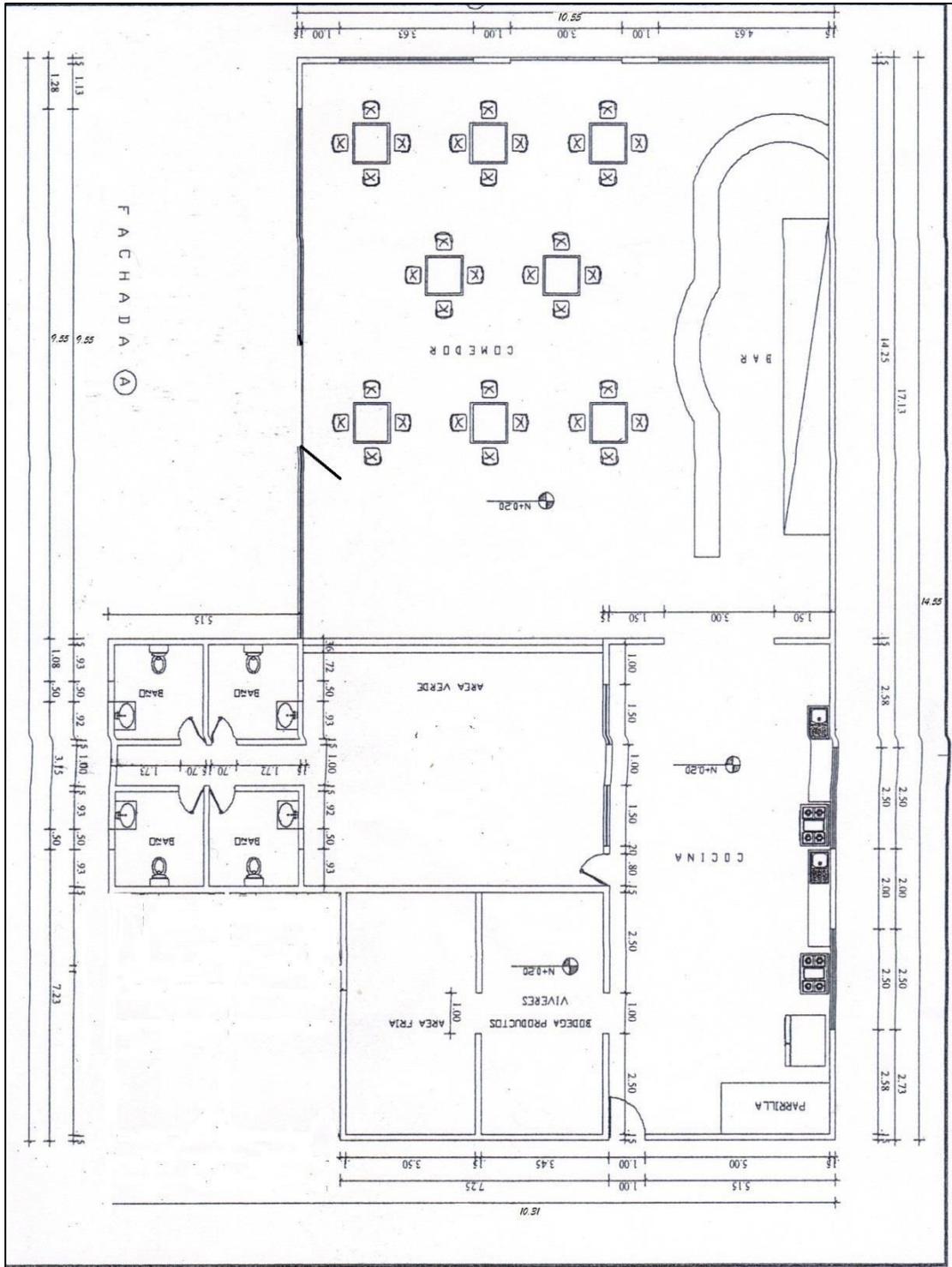
Proceso de instalación de sumideros de piso con cromado de 50mm, incluye sifón para baños	U	3	10	30
---	---	---	----	----

TOTAL				35.495
--------------	--	--	--	---------------

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquizo en el año 2012 <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

Gráfica 31.

Diseño arquitectónico restaurante



Elaborado por: Cadena (sf), citado en Gaibor, (2014).

c) Presupuesto de construcción piscina 1 de 15m*25m *2.5m capacidad para 45

Tabla 50.

Presupuesto referencial construcción piscina

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Manual de actividades de limpieza y desbroce	M2	400	1	504
Ajustes de replanteo y nivelación del terreno	M2	375	2	1.043
Actividades de excavación del suelo suelto mediante máquina, Inc. Desalojo	M3	650	9	16.803
Hormigón Simple con resistencia en Plintos F'c=210Kg/cm2.	M3	2	124	236
Hormigón Simple encofrado para Riostras con resistencia de F'c=210 Kg/Cm2	M3	7	149	1.023
Hormigón Simple para la elaboración de columnas con resistencia de F'c=210kg/Cm2 (comprende encofrado)	M3	2	146	222
Hormigón Simple para proceso de vigas de resistencia F'c=210 Kg/Cm2 (comprende encofrado)	M3	1	128	119
Solera con hormigón simple de espesor=10CM y resistencia de F'C=180 Kg/Cm2	M2	375	16	5.970
Acero para concreto	Kg	998	1	1.287
Malla Electrosoldada con espesor de 6 mm y con un ancho=15 Cm	M2	375	13	4.695
Revestimiento de geomembrana Permax de 500 micras de espesor=1,5mm	M2	475	6	2.869
Revestimiento de geomembrana Permax de 500 micras de espesor=1.5MM (Negra)	M2	40	6	242
Mampostería estructural de tipo armada con espesor=15CM	M2	160	24	3.896
Enlucido de interior para pared lisa vertical	M2	200	8	1.660

Camioneras fabricadas con Hormigón Armado de resistencia F'c=210 Kg/Cm2 (Anchura= 80CM)	M2	80	9	695
Revestimiento echo de granito lavado (Anchura=80CM)	M2	80	11	890
Bombas y filtros	U	2	350	700
Herramientas para limpieza y procesos de mantenimiento	U	1	400	400
Sistema para tuberías de 1 1/2"	M	240	15	3.480
Total				44.269

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquizo en el año 2012 <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

d) Presupuesto de construcción piscina 2 de 10m*20m *1.5m capacidad para 35

Tabla 51.

Presupuesto referencial construcción piscina

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Manual de actividades de limpieza y desbroce	M2	250	1	255
Ajustes de replanteo y nivelación del terreno	M2	200	2	442
Actividades de excavación del suelo suelto mediante máquina, Inc. Desalojo	M3	300	14	4.161
Hormigón Simple con resistencia en Plintos F'c=210Kg/cm2.	M3	2	124	223
Hormigón Simple encofrado para Riostras con resistencia de F'c=210 Kg/Cm2	M3	4	149	622
Hormigón Simple para la elaboración de columnas con resistencia de F'c=210kg/Cm2 (comprende encofrado)	M3	1	146	152
Hormigón Simple para proceso de vigas de resistencia F'c=210 Kg/Cm2 (comprende encofrado)	M3	1	128	118
Solera con hormigón simple de espesor=10CM y resistencia de F'c=180 Kg/Cm2	M2	200	16	3.184
Acero para concreto	Kg	879	1	1.099

Malla Electrosoldada con espesor de 6 mm y con un ancho=15 Cm	M2	200	21	4.128
Recubrimiento Con Revestimiento de geomembrana Permax de 500 micras de espesor=1,5mm	M2	300	6	1.812
Revestimiento de geomembrana Permax de 500 micras de espesor=1.5mm (Negra)	M2	35	6	211
Mampostería estructural de tipo armada con espesor=15CM	M2	120	24	2.922
Enlucido de interior para pared lisa vertical	M2	100	8	830
Camineras fabricadas con Hormigón Armado de resistencia F´c=210 Kg/Cm2 (Anchura= 80CM)	M2	72	35	2.526
Revestimiento echo de granito lavado (Anchura=80CM)	M2	72	11	801
Bombas y filtros	U	1	350	350
Herramientas para limpieza y procesos de mantenimiento	U	1	400	400
Sistema Para Tuberías de 1 1/2"	M	85	15	1.233
TOTAL				25.469

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquizo en el año 2012 <http://dspace.esepoch.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

e) Presupuesto de construcción baterías sanitarias y duchas

Tabla 52.

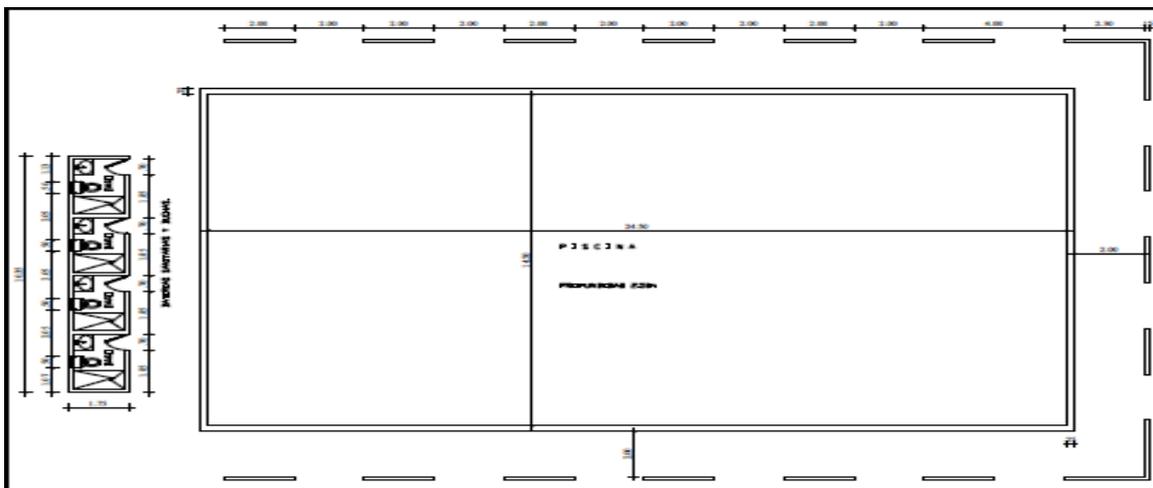
Presupuesto referencial construcción baterías sanitarias y duchas

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Manual de actividades de limpieza y desbroce	M2	24	1	24
Ajustes de replanteo y nivelación del terreno	M2	18	2	40
Actividades de excavación del suelo suelto mediante máquina, Inc. Desalojo	M3	8	9	72
Hormigón de tipo ciclópeo (composición de 40% Hs F'c=140 KG/CM2 + 60% Piedra)	M3	3	85	254
Hormigón Simple con resistencia en Plintos F'c=210Kg/cm2 (comprende encofrado)	M3	1	124	74
Hormigón Simple para la elaboración de columnas con resistencia de F`c=210kg/cm2 (comprende encofrado)	M3	1	240	231
Hormigón Simple en cadenas con resistencia de F`c=210kg/Cm2 (posee encofrado)	M3	1	213	132
Hormigón Simple para la losa y proceso de vigas con una resistencia de F`c=210 Kg/cm2 (comprende encofrado)	M3	4	292	1.247
Bloques alivianados	U	251	1	181
Acero para concreto con una resistencia de Fy=4200 KG/CM2	KG	645	1	806
Malla Electrosoldada con espesor de 6 mm y con un ancho=15 cm	M2	18	13	227
Solera con hormigón simple de espesor=10cm y resistencia de F`C=180 Kg/cm2	M2	18	16	288
Cajas de revisión con resistencia de H.S. F`C=210 Kg/cm2, de dimensión 60x60cm, incluye tapa fabricada con hormigón armado	U	3	76	228
Mampostería fabricada con bloque de espesor=10 Cm	M2	40	11	424
Proceso de masillado e impermeabilización para la capa/cubierta	M2	24	9	218
Enlucido de tipo liso para las capas interiores y exteriores	M2	30	20	600
Cerámica marca Graiman de tipo antideslizante con dimensiones 30x30 (para piso)	M2	18	17	300
Cerámica marca Graiman (para paredes)	M2	25	20	507
Puertas fabricadas en aluminio, con vidrio tipo gris de 4 mm	M2	7	208	1.457
Ventanas hechas de aluminio con vidrio	M2	2	144	287
Pintura Acrílica de acabado satinado para interior y exterior, para 2 capas de pintura	M2	60	6	361
Punto para alumbrado de interior o exterior	U	7	26	180
Punto para la toma de corriente	U	2	46	92
Instalación sanitaria de Agua Fría (comprende tubería Hidro 3 de diámetro 1/2" y demás Accesorios)	PTO	12	36	437
Instalación sanitaria de aguas servidas (comprende tubería y demás accesorios)	PTO	12	48	579
Tubería PVC 55mm (Para el desagüe de aguas servidas)	M	20	4	83
Tubería PVC 110mm (Para el desagüe de aguas servidas)	M	20	9	165
Llave De Paso De 1/2" Fy O Similar	U	1	9	9
Suministro y proceso de Instalación de inodoros	U	4	164	656
Suministro y proceso de instalación de lavamanos empotrables	U	4	58	231
Proceso de instalación de sumideros de piso con procedimiento de cromado de 50mm, con sifón para baños	U	4	10	40
TOTAL				10.429

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquizo en el año 2012 <http://dspace.espace.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons,2020

Gráfica 32.

Diseño arquitectónico piscina



Elaborado por: Cadena (sf), citado en Gaibor, (2014).

f) Presupuesto de construcción canchas deportivas

Tabla 53

Presupuesto referencial construcción canchas de fútbol

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Manual de actividades de limpieza y desbroce	M2	610	1	610
Ajustes de replanteo y nivelación del terreno	M2	610	2	1.348
Tubería PVC 4 pulgadas	ML	60	10	629
Cajas De Revisión De Agua	U	2	60	120
Tierra de relleno (sustrato) con espesor=30cm	M3	8	7	56
Distribución de césped	M2	600	3,6	2.136
Suministro y proceso de instalación de arcos metálicos	PAR	1	350	350
TOTAL				5.261

Nota: los datos detallados en la presente tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquiza en el año 2012 <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

Tabla 54.

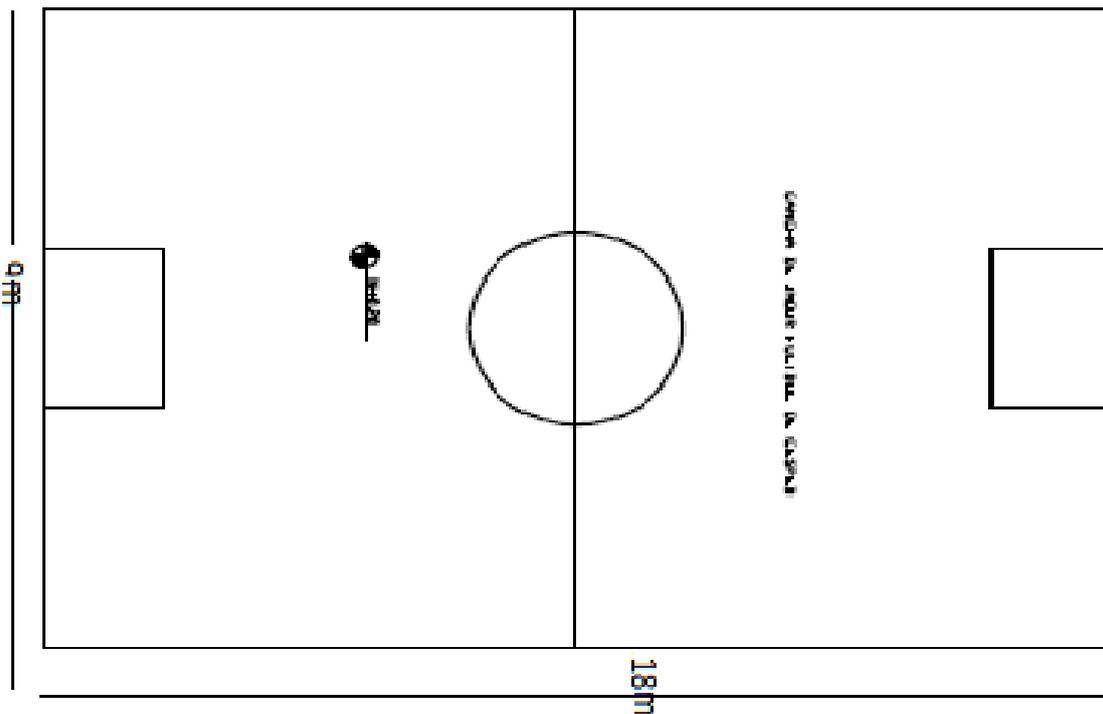
Presupuesto referencial construcción canchas de vóley

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Manual de actividades de limpieza y desbroce	M2	175	1	175
Ajustes de replanteo y nivelación del terreno	M2	162	2	358
Tierra de relleno (sustrato) con espesor=30cm	M3	17	7	120
Suministro y proceso de instalación de postes para vóleybol	PAR	1	125	125
TOTAL				781.64

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquiza en el año 2012 <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

Gráfica 34.

Diseño arquitectónico cancha de vóley



Elaborado por: Cadena (sf), citado en Gaibor, (2014).

g) Presupuesto de construcción juegos infantiles

Tabla 55.

Presupuesto referencial construcción juegos infantiles

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Área/Unidad de exploración 1	U	1	280	280
Área/Unidad de exploración 2	U	1	300	300
Área/Unidad de exploración 3	U	1	350	350
Puente Colgante	U	1	230	230
TOTAL				1160

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquizo en el año 2012 <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

h) Presupuesto de construcción del Establo

Tabla 56. *Presupuesto referencial construcción del Establo.*

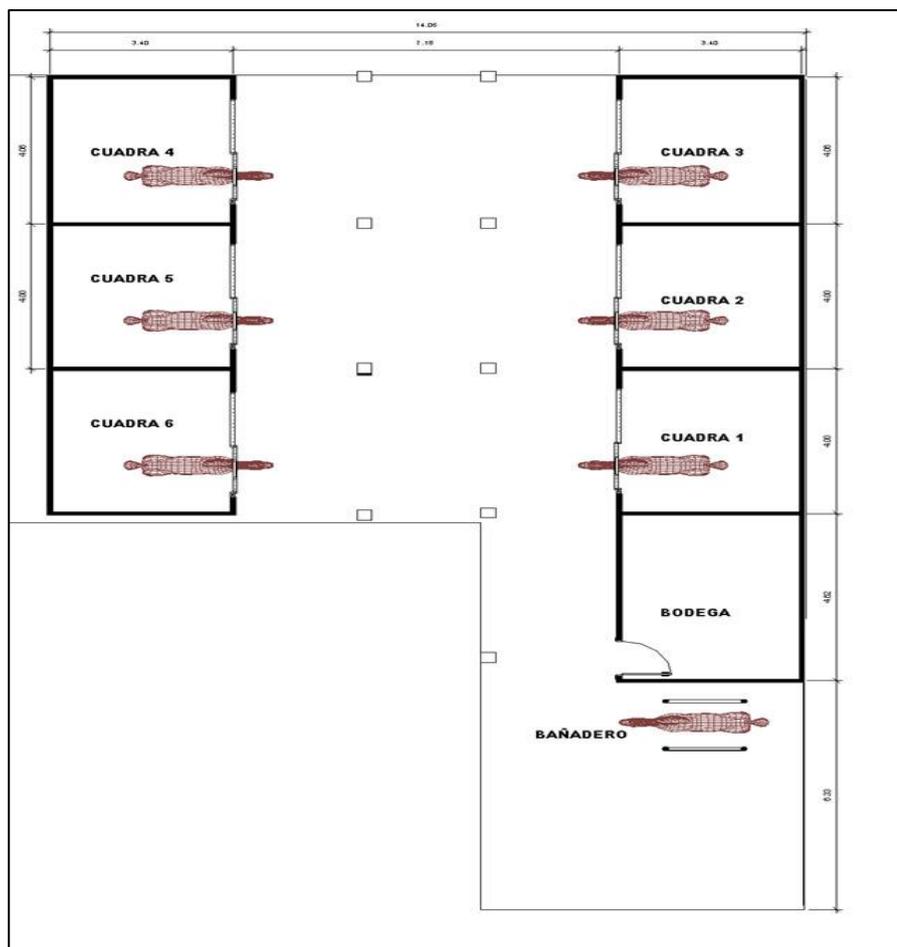
Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Manual de actividades de limpieza y desbroce	M2	325	1,02	331,50
Ajustes de replanteo y nivelación del terreno	M2	250,00		552,50
Actividades de excavación del suelo suelto mediante máquina, Inc. Desalojo	M3	18,00	8,95	161,10
Solera con una capa de Hormigón 8 cm y resistencia de 180 Kg/Cm2	M2	150,00	5,21	781,50
Toma de corriente Canaleta Plast. Dimensión 20x12	U	1	16,25	16,25
Instalación sanitaria de aguas servidas (comprende tubería y demás accesorios) Tubería Y Accesorios)	PTO	4,00	48,29	193,16
Tubería PVC 55mm (Para el desagüe de aguas servidas)	M	50,00	4,14	207,00
Tubería PVC 110mm (Para el desagüe de aguas servidas)	M	50,00	8,94	447,00
Llave de Paso con especificaciones similares a 1/2" Fv	U	2,00	8,71	17,42
Comederos de dimensión 50cmx60cm	U	12,00	4,70	56,40
Tablas hechas con madera tratada	U	200,00	2,30	460,00
Cemento	U	4,00	7,00	28,00
Postes hechos de Madera de dimensión 3,20cmx0,15cm	U	19,00	7,25	137,75
Vigas elaboradas con madera, dimensión 4cmx0,10cm	U	23,00	8,55	196,65

Calaminas corrugadas fabricadas con acero Galvanizado, necesario el calibre N°29	U	40,00	9,90	396,00
Ripio	SACOS	3,00	8,00	24,00
Arena	SACOS	3,00	4,00	12,00
Bombillas	U	7,00	1,50	10,50
Total				4029

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquiza en el año 2012 <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

Gráfica 9.

Establos



Elaborado por: Cadena (sf), citado en Gaibor, (2014).

i) **Presupuesto de construcción de las piscinas de tilapias 10m*20m*1.5m**
Tabla 57.

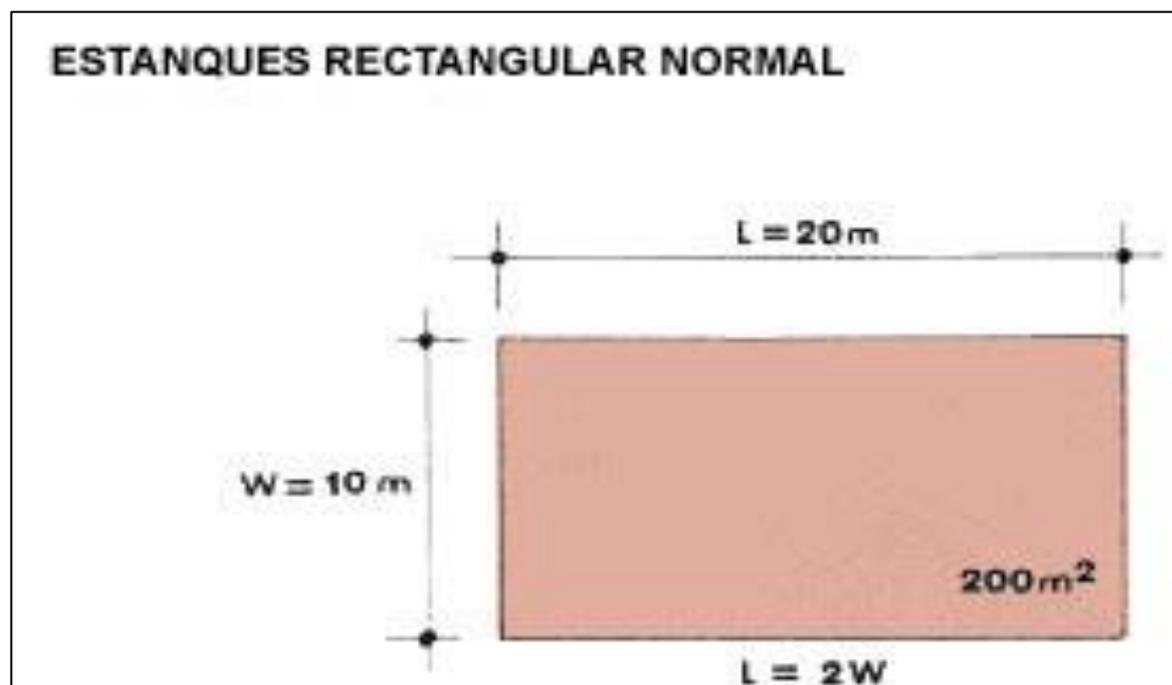
Presupuesto referencial construcción de piscinas de tilapias

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Manual de actividades de limpieza y desbroce	M2	500,00	1,02	510,00
Ajustes de replanteo y nivelación del terreno	M2	350,00	2,21	773,50
Actividades de excavación del suelo suelto mediante máquina, Inc. Desalojo	M3	200,00	13,87	2.774,00
Geomembrana para piscina de tilapia, dimensión 25mx1.40m	M2	16,00	175,00	2.800,00
Total				6.858

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquizo en el año 2012 <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

Gráfica 10.

Piscinas



Elaborado por Autor, 2020

j) Presupuesto total de construcción de Zona de Camping

Tabla 58.

Presupuesto referencial construcción de zona de camping

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Manual de actividades de limpieza y desbroce	M2	15000,00	1,02	510,00
Ajustes de replanteo y nivelación del terreno	M2	350,00	2,21	773,50
Baterías Sanitarias	U	1,00	1000,00	1000,00
TOTAL				2.284

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquiza en el año 2012 <http://dSPACE.esoch.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

Gráfica 11.

Zona de camping



Elaborado por: Autor, 2020.

k) Presupuesto total de construcción del LOGDE

Tabla 59.*Presupuesto Total de la construcción*

Presupuesto Total De	Subtotal
Construcción	
2 alojamiento tipo cabaña matrimonial	33.734,26
2 alojamiento tipo cabaña individual	33.734,26
Área para actividades de administración y recepción	10.329,51
Cafetería (Comedor)	35.494,51
Piscina 1, dimensiones de 15m x 25m x 2.5m	44.268,53
Piscina 2, dimensiones de 10m x 20m x 1.50m	25.468,61
Baterías Sanitarias Y Duchas	10.428,87
Canchas para actividades deportivas	6.042,22
Juegos para niños	1.160,00
Establos de dimensión 14.06m x 22.97m	4028,73
2 piscinas con pescados (Tilapias) 10mx20mx1.5m	6.857,50
Área de acampada 85mx185m	2.283,50
TOTAL	213,831

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquizo en el año 2012 <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

1) Equipamiento necesario para el LOGDE**a) Requerimiento de Equipos**

Tabla 60.*Requerimientos de Equipos*

Descripción	Equipos		
	Cantidad	Precio	Costo Total
Área para la cafetería(restaurante)			
Refrigeradora de marca Indurama	1	800,00	800,00
Cocina industrial, poseedora de 6 quemadores	1	840,00	840,00
Licuadora	1	35,00	35,00
Frigorífico	1	650,00	650,00
Refrigeradora	1	470,00	470,00
Televisión de tipo Led, marca Riviera, código d28chd20d	1	280,00	280,00
Subtotal 1			3,075.00
Terreno de piscina			
Kit de herramientas para mantenimiento	1	40,00	40,00
Subtotal 2			40,00
Sector de finanzas			
Ordenadores/Computadoras	1	750,00	750,00
Teléfono	1	35,00	35,00
Subtotal 3			785,00
Sector de administración y admisión			
Ordenadores	2	750,00	1.500,00
Caja registradora	1	460,00	460,00
Teléfono	1	35,00	35,00
Impresora con escaner, marca canon MP280 series	1	90,00	90,00
Printer			
Climatizador/Aire acondicionado, marca samsung split inverter 12000 btu	1	549,71	549,71
Subtotal 4			2.634,71
TOTAL 1+2+3+4			7247,00
5% Improvisto			362,35
	Costo Total		6.897

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquizo en el año 2012 <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

b) Requerimiento Muebles y Enseres

Tabla 61.
Requerimientos de Muebles y Enseres

Descripción	Muebles Y Enseres		Costo Total
	Cantidad	Precio	
Sector de Alojamiento			
Camas de tipo matrimonial	3	250	750
Camas para literas, especificadas para plaza y media	3	300	900
Camas de 2 plazas	3	175	525
Colchón de 2 ½ plaza (dimensiones=193 x 203 cm)	3	280	840
Colchón de ½ plaza (dimensiones=137 x 191)	6	110	660
Colchón de dos plazas (Dimensiones=152 x 203 cm)	3	180	540
Mesas de noche (veladores)	9	35	315
Toldo con mosquitero	12	9.75	117
Sábanas de tipo matrimonial	3	25	75
Sábanas ½ plaza	3	22	66
Sábanas 2 plazas	3	18	54
Cobijas	10	5.45	54.5
Toallas fabricadas con algodón	15	15	225
Subtotal			5121.5
Sector para el comedor o restaurante			
Sillas	48	16,00	768,00
Mesas hechas con madera lacada	12	85,00	1020,00
Muebles de cocina	1	200,00	200,00
Subtotal 1			1988,00
Sector para la piscina			
Estanterías fabricadas con madera, dimensiones 4x3	2	150,00	300,00
Subtotal 2			300,00
Sector de entretenimiento y recreación			
Bancas elaboradas con madera	5	102,00	510,00
Balón para vóley, especificación y marca numero 5 Mikasa	3	40,00	120,00
Red de vóley	2	30,00	60,00
Balón de fulbito	3	45,00	135,00
Bomba para inflar balones	1	30,00	30,00
Subtotal 3			855,00
Sección administrativa			
Escritorio	2	220,00	440,00
Silla de oficina	2	60,00	120,00
Sillas	4	25,00	100,00
Archivador	2	90,00	180,00
Subtotal 4			840,00
Sección de finanzas			
Escritorio	1	220,00	220,00
Silla de oficina	1	60,00	60,00
Sillas	2	25,00	50,00
Archivador	1	90,00	90,00
Subtotal 5			420,00
TOTAL 1+2+3+4+5			9554.5
5% Improvisto			220,15
COSTO TOTAL			9,775

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquizo en el año 2012 <http://dSPACE.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

c) Requerimiento de Menaje

Tabla 62.

Requerimientos de Menaje

Descripción	Requerimiento De Menaje		
	Cantidad	Precio	Costo Total
Sección para el comedor			
Herramientas de cocina			
Set de ollas	2	57,30	114,60
Olla exprés	1	110,00	110,00
Set de cuchillos	1	26,00	26,00
Set de cubiertos grandes de cocina	1	18,00	18,00
Set de filtros para tamizado	1	7,00	7,00
Set de lavacaras para limpieza y lavandería	1	18,00	18,00
Set de baldes	1	28,00	28,00
Set de sartenes	1	83,00	83,00
Paila de bronce mediana	1	45,00	45,00
Tabla de picar	1	4,00	4,00
Recipiente para almacenar sal o azúcar	2	6,00	12,00
Recipiente para almacenar condimentos y especias	4	1,50	6,00
Set de tazones para cocina	1	26,00	26,00
Abridor de latas	1	5,00	5,00
Afilador para cuchillos	1	2,00	2,00
Juego de toallas	5	7,00	35,00
Unidades			
Platillero	1	55,00	55,00
Cucharones	3	2,50	7,50
Charoles	3	9,00	27,00
Pinza para ensalada	2	1,50	3,00
Rallador	1	2,50	2,50
Bandejas para granos y legumbres	1	7,00	7,00
Bandejas para frutas	1	7,00	7,00
Jarra para jugos	6	4,00	24,00
Set de 12 unidades de platos soperos	2	18,00	36,00
Set de 12 unidades de platos fuertes	2	18,0	36,00
Set de 12 unidades de plato para comida base	2	15,00	30,00
Set de 12 unidades de cucharas	2	11,00	22,00
Set de 12 unidades de tenedores	2	11,00	22,00
Set de 12 unidades de cuchillos	2	11,00	22,00
Set de 12 vasos para jugo	2	12,00	24,00
Comedor			
Servilleteros	12	3,00	36,00
Ajicero	12	1,50	18,00
Salero	12	1,00	12,00
Pimentero	12	1,00	12,00
Subtotal 1			942,60
Sector de entretenimiento y recreación			
Instrumentos para actividades de jardinería			
Manguera de 25 m de largo, marca truper	1	26,91	26,91
Azadón pequeño para jardinería	1	15,00	15,00
Rastrillo	1	8,00	8,00
Paleta de jardín	1	2,15	2,15
Tijeras de jardinería (podar y recortar)	1	8,29	8,29
Guaraña	1	595,00	595,00
Botas de caucho (para el campo)	1	6,00	6,00
Subtotal 2			661,35
Sector para la piscina			
Canastas para la ropa	50	6,00	300,00
Subtotal 3			300,00
Total			1903,95
10% improvisado			95,19
TOTAL			1999

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquizo en el año 2012 <http://dspace.epoch.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

d) Requerimiento de menaje del área de aseo y limpieza

Tabla 63.

Requerimientos de Menaje del área de aseo y limpieza

Requerimientos De Menaje Para Aseo y Limpieza			
Descripción	Cantidad	Precio	Costo Total
Frasco con pulverizador(atomizador)	2	1,50	3,00
Toallas de aseo	12	1,50	18,00
Trapeador	4	3,00	12,00
Fundas para desechos	2	1,50	3,00
Bomba de succión para cañerías tapadas	2	3,00	6,00
Escobas	4	3,00	12,00
Basurero de metal para baño (12lts)	6	15,00	90,00
Contenedores verdes	6	10,00	60,00
Basureros metálicos para uso en la oficina	3	14,99	44,97
TOTAL			248,97
10% Improvisto			12,45
Costo Total			261

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquizo en el año 2012 <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

2) Requerimientos de mano de obra

a) Requerimiento de mano de obra del área de operación (2 años)

Tabla 64.*Requerimientos de mano de obra del área de operación*

Descripción	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Camarero	1	400,00	4800,00
Cocinero	1	400,00	4800,00
Asistente de cocina	1	400,00	4800,00
Supervisor de la sección de mantenimiento	1	400,00	4800,00
Guía	1	400,00	4800,00
*Empleados eventuales	1	100,00	1200,00
Guardia de seguridad	1	420,00	5040,00
Total			30240

Elaborado por Autor, 2020

b) **Requerimiento de mano de obra del departamento administrativo (2 años)**

Tabla 65.*Requerimientos de mano de obra del departamento administrativo*

Descripción	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Administrador	1	500	6000,00
Total			6000

Elaborado por Autor, 2020

c) **Requerimiento de mano de obra del departamento financiero (2 años)**

Tabla 66.*Requerimientos de mano de obra del departamento financiero*

Descripción	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Contador	1	500,00	6000,00
Total			6000

Elaborado por Autor, 2020

d) **Requerimiento de mano de obra del área de Recepción**

Tabla 8. *Requerimiento de mano de obra del área recepción*

Descripción	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Recepcionista	1	420,00	5040,00
Total			5040

Elaborado por Autor, 2020

3) Requerimientos de materia prima

a) **Requerimientos de materia prima del servicio de alimentación**

Tabla 67.

Requerimientos materia prima para la preparación del seco de pollo criollo

Seco De Pollo Criollo 16 Pax			
Ingredientes	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Gallina Criolla	2	20,00	40,00
Arroz	9	0,55	4,95
Tomate	5	1,25	6,25
Cebolla morada	4	1,25	5,00
Pimiento	3	0,25	0,75
Costo Total Materia Prima			56,95
Costo Unitario			5

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquiza en el año 2012 <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

Tabla 68.*Requerimientos materia prima para la preparación del aguado de pollo*

Aguado De Pollo Criollo 16 Pax			
Ingredientes	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Gallina Criolla	2	20,00	40,00
Arroz	1	0,35	0,35
Zanahoria	1	1,00	1,00
Papas	3	0,60	1,80
Arveja	2	1,25	2,50
Cebolla Blanca	2	0,20	0,40
Cilantro cimarrón	3	0,15	0,45
Costo Total Materia Prima			46,50
Costo Unitario			4

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquizo en el año 2012 <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

Tabla 69.*Requerimientos materia prima para la preparación de Tilapia o Maito*

Maito 16 Pax			
Ingredientes	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Pescado (especie-Tilapia)	1	2.50	2.50
Yuca	8	1,25	10,00
Verde	16	0,25	4,00
Cebolla morada	2	1,25	2,5
Tomate	1	1,25	1,25
Limón	1	0,75	0,75
Hojas de Bijao (cachibú de Caracas)	3	0,50	1,50
Costo Total Materia Prima			22,50
Costo Unitario			5

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquizo en el año 2012 <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

Tabla 79.
Materia prima complementaria

Snack				
Descripción	Unidades	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Pony Malta 330 ml, presentación 24 Pet	paca	1	9,10	9,10
Pony Malta 311 ml, presentación 24 Rb 24	paca	1	5,98	5,98
Fuze Tea Negro-Limón 55op -12	paca	1	7,50	7,50
Fuze Tea Negro-Limón 125op -6	paca	1	6,33	6,33
Dasani presentación S/G 1000 Pet 6	paca	1	2,90	2,90
Dasani presentación S/G 500 Pet 12	paca	1	3,83	3,83
Coca Cola de 3 litros	paca	1	10,53	10,53
Fanta de 3 litros	paca	1	10,04	10,04
Sprite de 3 litros	paca	1	10,04	10,04
Sprite Mediana, presentación de vidrio	paca	1	6,51	6,51
Fiora Fresa Mediana, presentación de vidrio	paca	1	6,51	6,51
Coca Cola 400 ml, 12 unidades	paca	1	3,83	3,83
Fiora Fresa 1350 ml, 6 unidades	paca	1	4,78	4,78
Pilsener presentación 600cc Rb 12	paca	1	8,84	8,84
Frutonga (gomas sabor a frutas) de 576gr X 32 unidades	caja	1	3,53	3,53
Oreo Mini 106 X 54gr	caja	1	1,71	1,71
Trident de Menta 30x184gr	caja	1	6,79	6,79
Ducales sabor taco, 312gr X 24	caja	1	1,90	1,90
Galletas marca "Amor" 10 unidades, sabor Fresa	paquete	1	0,58	5,80
Galletas marca "Amor" 10 unidades, sabor chocolate	paquete	1	0,58	5,80
Ruffles sabor natural, 12 unidades	paquete	2	3,60	7,20
Ruffles sabor Cebolla, 12 unidades	paquete	2	3,60	7,20

Ruffles sabor Limón, 12 unidades	paquete	2	3,60	7,20
Doritos, 12 unidades	paquete	2	4,20	8,40
Tortolines inalecsa, 12 unidades	paquete	2	4,80	9,60
Lay´s Artesanas, 12 unidades	paquete	2	3,60	7,20
TOTAL				169

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquizo en el año 2012 <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

4) Insumos

a) Insumos del restaurant

Tabla 71.

Requerimientos de insumos del restaurante

Descripción	Insumos Restaurante		Costo Unitario	Costo Total
	Unidades	Cantidad		
Fósforos marca "El Gallo"	Paquete	2	0,60	1,20
Aceite marca "Alesol"	Funda	5	2,00	10,00
Achiote marca "La Favorita"	Botella	1	2,50	2,50
Aliño (aderezo para ensaladas)	Frasco	5	1,25	6,25
Sal	Funda	5	0,90	4,50
Pimienta Molida	Funda	2	0,50	1,00
Arroz	Quintal	3	45,00	135,00
Azúcar	Quintal	2	60,00	120,00
Toallas sanitarias de cocina	Paquete	4	3,60	14,40
Especias y demás condimentos	Funda	2	0,90	1,80
Subtotal				296,65
5% Improvistos				14,83
Costo Total				311

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquizo en el año 2012 <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

b) Insumos de limpieza del restaurant

Tabla 10.*Requerimientos de insumos de limpieza del restaurante*

Descripción	Insumos De Limpieza Del Restaurant				
	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Limpiador cloro marca Ajax, presentación clásica 1000cc	Botella	1	1,27	0,106	1,27
Blanqueador Fresklin 2 litros	Botella	3	3,76	0,940	11,28
Detergente marca "Surf" de 5kg	Funda	1	11,33	0,944	11,33
Fundas industriales para basura	Paq.	5	1,20	0,500	6,00
Guantes de caucho (de uso doméstico)	U	4	1,31	0,437	5,24
Espanja lavavajilla	Paq.	2	0,50	0,083	1,00
Estropajo plata de alambre	Paq.	2	0,45	0,075	0,90
Lavavajilla presentación crema de 900 gramos	U	5	3,60	1,50	18,00
Subtotal					55,02
5% Improvistos					2,75
Costo Total					58

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquizo en el año 2012 <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

c) **Insumos de limpieza de la piscina****Tabla 11.***Requerimientos de insumos de limpieza de la piscina*

Descripción	Insumos Para La Piscina				
	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Materiales químicos de desinfección y esterilización en piscinas	U	10	10	8,33	100
Jabón Líquido para desinfectar manos	U	10	1,5	1,25	15
Papel Higiénico(blanco) marca "Jumbo"	U	15	7,45	9,313	111,75
Guantes de Caucho para limpieza	U	4	1,31	0,437	5,24
Subtotal					231,99

5% Improvistos

11.59

Total

244

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquizo en el año 2012 <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

Tabla 12.

Requerimiento de insumos de limpieza de recepción, sector financiero, administrativo y alojamiento

Insumos de limpieza para el departamento financiero administrativo y recepción					
Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Limpiador cloro marca Ajax, presentación clásica 1000cc	Botella	1	1,27	0,106	1,27
Antiséptico marca Fresklin 2 litros	Botella	2	3,76	0,627	7,52
Detergente, marca "Surf" de 200 gramos	Funda	5	0,6	0,250	3,00
Fundas De Basura	Paq.	3	1,2	0,300	3,60
Papel Higiénico marca Jumbo de tipo industrial	U	5	7,45	3,104	37,25
Jabón Líquido para desinfección de manos	U	2	1,5	0,250	3,00
Guantes para limpieza (caucho)	U	3	1,31	0,328	3,93
Subtotal					59,57
5% Improvistos					2.97
Total					62.55
			Costo Total		58

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquizo en el año 2012 <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

4.1) Insumos de limpieza del área de recepción, departamento financiero y administrativo.

d) **Materiales de oficina**

Tabla 75.

Requerimientos de materiales de oficina

Materiales De Oficina				
Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Hojas de papel bond	resmas	5	3,99	19,95
Botella de tinta para impresora	frascos	5	8,00	40,00
Esferos	caja	2	4,00	8,00
Carpeta de oficina	U	2	12,00	24,00
Grapadora	U	1	4,50	4,50
Perforadora	U	1	3,89	3,89
Clips(abrazadera)	caja	4	2,40	9,60
Marcadores	caja	2	2,60	5,20
Corrector blanco para papel	U	2	0,60	1,20
Grapas	caja	2	1,10	2,20
Extractor de grapas	U	1	90,00	90,00
Lápices	caja	2	2,20	4,40
Borradores	caja	1	1,60	1,60
Libreta de facturas, 3 unidades	U	1	15	15
Subtotal				229,54
5% IMPROVISTOS				11.47
Costo Total				241

Nota: los datos detallados en la presenta tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Urquizo en el año 2012 <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf> y los precios se obtuvieron de Insucons, 2020

5) Servicios básicos

Actualmente la tarifa del kilovatio/hora se ubica en 0.08 CNE

Tabla 76

Consumo mensual aparente de energía eléctrica

Carga	Potencia	Tiempo/Uso horas/ días	Consumo mensual (kwh)	Consumo (Usd)
Bombillas	100	4	12,00	1,04
Ordenadores e impresoras	300	6	54,00	4,66
Neveras-Exhibidores	300	8	72,00	6,21
Caja Registradora	4500	8	86,40	7,46
Bombas de agua	552	8	16,56	1,43
Climatizadores y aires acondicionados	1200	8	23,04	1,99
Frigoríficos/congeladores	300	8	72,00	6,21
Televisores	100	6	16,00	1,38
TOTAL				30

Nota: los datos detallados en la presente tabla fueron obtenidos del trabajo realizado por Falcón en el año 2013 <https://core.ac.uk/download/pdf/287336848.pdf>

Tabla 13.

Consumo anual de los servicios básicos

Servicio	Costo Mensual	Costo Anual
Luz	30,38	364,56
Internet Cnt	22	264
Teléfono	6,27	75,24
Agua	6,36	76,32
Total		780

Elaborado por: Autor, 2020

CAPITULO IV

4. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN Y DE MARKETING

4.1. Daos Generales de la idea

a) Marca

Gráfica 38.

Logo



Elaborado por: Autor, 2020

El presente logotipo es una marca corporativa que se diferencia de otros centros turísticos en el territorio, siendo única y de fácil identificación, que tiene como principal objetivo posicionarse en la mente del consumidor desde el momento del lanzamiento del producto hacia el mercado turístico en sus diferentes niveles local, nacional e internacional.

b) Nombres: Santa Catalina

El nombre fue puesto por el propietario en honor a su nieta ya que al momento de la compra ella estaba cercana a nacer uniendo aún más a la familia y eso es

lo que busca el presente proyecto unir a los visitantes con sus familias con las diferentes actividades y hospedaje brindando y creando una atmosfera de paz y tranquilidad en la cual los visitantes olvidaran sus problemas y se dedicaran por completo a su familia.

Vivencias Únicas a tu Alcance

El nombre fue dado por las experiencias que el lugar puede crear en los turistas que lleguen a visitar el lugar debido a la flora y fauna, la gran extensión con la que cuenta lo hace propicio para divisar diferentes especies de animales, plantas las piscinas naturales en conjunto con las cascadas brinda una espectacular perspectiva hacia el visitante y no se diga las cabañas que le permiten el contacto directo con la naturaleza, escuchar el sonido del bosque de la lluvia lejos de los ruidos de la ciudad generando un ambiente totalmente diferente al que está acostumbrado el cliente creando un sin número de sensaciones al alcance de cualquier persona.

c) Isotipo

El isotipo está representado por el sinnúmero de montañas que existen hasta llegar a la parroquia de Alto Tambo que va descendiendo desde la sierra hacia la costa el sol siempre radiante creando un clima propicio para un sinnúmero de actividades y por último el árbol debido a la gran concentración de vegetación con la que cuenta la finca dando a notar que preservamos el medio ambiente

d) Colores que identifican la marca de operación

Verde

Es el color que refleja a la naturaleza, tranquilidad y paz interior que se puede sentir al estar en el bosque que se encuentra en estado puro y la conexión con

la biodiversidad existente, además representa e identifica a quienes luchan constantemente por conservar y proteger la biodiversidad y la naturaleza en la comunidad y en el mundo.

Amarillo

Es el color que refleja lo cálido del lugar ya que cuando se encuentra despejado el sol irradia provocando a las personas a que realicen varias actividades aparte el amarillo siempre se lo ha asociado con el oro dándonos a notar la riqueza natural con la que contamos y podemos disfrutarla.

Azul

Debido a la gran cantidad de ríos que existen en el lugar proporcionándonos atractivos hídricos dándonos a conocer que a un sigue preservándose las Elaborado por s naturales otro punto importante cuando está despejado tenemos una vista hermosa del cielo permitiéndonos soñar con paz y tranquilidad que ya no existe en la ciudad

4.2 Canales de Distribución

Tabla 78

Canales Directo e Indirecto

Objetivos	Incrementar la cuota de mercado nacional e internacional a captar para el Lodge Santa Catalina		
Canal de comercialización	Táctica	Política de funcionamiento	Mercado objetivo
Directo	Venta directo a los turistas nacionales e internacionales que se contacten directamente con el Lodge Santa Catalina	Contacto personal entre el personal de venta y el cliente. Exponer la información turística en ferias locales mediante material promocional.	Familias de la ciudad Estudiantes de las carreras ambientales y de turismo de las universidades públicas y privadas del Ecuador y otros países, y también al personal de entidades públicas y privadas del país, a turistas nacionales e internacionales.
Indirecto	Establecer alianzas estratégicas con agencias de viajes y operadoras turísticas nacionales e internacionales, empresas turísticas.	Presentar el producto turístico a las agencias de viajes y operadoras turísticas nacionales e internacionales y establecer convenios que beneficien a las dos partes interesadas sea en precio y comisiones. También se entregará volantes en establecimientos turísticos.	Turistas nacionales e internacionales que lleguen a la provincia de Esmeraldas, Imbabura y Pichincha por medio de intermediarios como agencias de viajes y operadoras turísticas.

Elaborado por: Autor, 2020

Estrategias del producto

Las estrategias de difusión y comercialización del producto turístico se establecieron en base al estudio de mercado realizado.

Estrategias del producto

- Vinculación y convivencia del visitante con la flora y fauna, permitiendo conocer y valorar la naturaleza.
- Presentación de talleres de educación ambiental y conocimiento ancestral de la medicina a base de plantas.
- Posicionamiento del producto turístico diferenciado en el mercado local, nacional e internacional, principalmente con la naturaleza.

Estrategias de convivencias

Establecer y mantener convenios y alianzas comerciales con las agencias de viajes y operadoras de turismo de las provincias de Imbabura, Esmeraldas y Quito.

Tabla 79.

Agencias y operadoras de turismo de la provincia de Quito

Nombre de la agencia de viajes	Actividad	Dirección	Teléfono	Web/ correo electrónico
Metropolitan Touring	Agencia de viajes	Av de las Palmeras N45-74 y de las Orquídeas	+593) 2 - 298 - 8300	info@metropolitantouring.com www.metropolitantouring.com
Achupallas Tour Cía.Ltda.	Agencia de viajes	Av Mariscal Foch E8-14 y Diego de Almagro Esquina	(+593) 99 707 9793	www.achupallastour.com achupallas_tour@hotmail.com
Turismundial S.A.	Agencia de viajes	Av Amazonas N22-59 y Ramírez Dávalos	(+593) 2 - 250 - 6050	www.turismundial.com mperez@turismundial.com
Pamtours	Agencia de viajes	Cordero E4-311 Y Av. Amazonas	+593) 2 - 222 - 5916	www.pamtour.com info@pamtour.com
Lluvia Travel S.A.	Agencia de Viajes	Av.Gaspar De Carvajal N27-29 Y García De León	(+593) 2 - 223 - 9120	www.lluviatravel.com info@lluviatravel.com.ec
Granturismo	Agencia de viajes	Pje el Jardín e 10 - 06 y 6 de diciembre, Cerca Megamax	(+593) 2 - 333 - 1310	www.agenciagraturismo.com
Coltur	Agencia de viajes	Avs.Atahualpa E1-131 Y De La	(+593) 2 - 395 -	www.colonnahotels.com

Positiv Turismo	Agencia de viajes	República Jorge Juan N33-38 Y Atahualpa	9971 (+593) 2 - 600 - 9401	info@coltur.com www.positivturismo.com info@positivturismo.com
-----------------	-------------------	---	----------------------------	--

Elaborado por: Autor, 2020

Tabla 80

Agencias y operadoras de turismo de la provincia de Imbabura

Nombre de la agencia de viajes	Actividad	Dirección	Teléfono	Web/ correo electrónico
Intipungo	Agencia de viajes	Rocafuerte 608 y Flores	+593 6 295 7766	info@intipungo.com.ec
Amigo Tours	Agencia de viajes	Olmedo 8-79 2do Piso y Pedro Moncayo Ibarra, Ecuador	+593 99 428 2527	www.amigotours.ec amigotoursinfo@gmail.com
Yuratours	Agencia de viajes	Oviedo y Sucre	(06) 2610349	publicidad@yuratours.com
Lagotours	Agencia de viajes	Avenida Jaime Roldós Aguilera 1-133 y Sánchez y Ci	062609325	www.cati.com.ec/index.php/lagotours/servicios

Elaborado por: Autor, 2020

Tabla. 81

Agencias y operadoras turísticas de Esmeraldas

Nombre de la agencia de viajes	Actividad	Dirección	Teléfono	Web/ correo electrónico
Costa cruceros viajes	Agencia de viajes	Av. Pedro Vicente Maldonado, y 080151	1700550550 - 023949230	https://www.costacruerosviajes.com/
Delgado Travel	Agencia de viajes	Sucre, Esmeraldas, Ecuador	(06) 2711-133	http://www.delgadotravel.com/
Ecovida-Explorer Operadora Turística S.A.	Agencia de viajes	G Colombia M42 Sl6 Medellín Ruta Masiva 121 V Esmeraldas - Esmeraldas	(+593) 6 - 271 - 1176	http://ecovidaexplorer.com
La Tolita Express Touring	Agencia de viajes	Mejía 312 y Olmedo	593 998761275	www.latolitaexpress.com

Elaborado por: Autor, 2020

4.8. Publicidad

Para difundir el producto turístico es necesario desarrollar por medio de materiales pop el internet tales como; página web, cuenta de Facebook y volantes, con el propósito de comunicar, transmitir y generar expectativas en los consumidores.

a) Materiales pop

Nuestros productos de promoción llevaran el logo del Lodge Santa Catalina pensando en los turistas que realizan esfuerzo físico optamos por Gorras, tomatodo y mochilas personalizadas muy prácticas para actividades deportivas.

Gorras

Gráfica 39.

Gorras



Elaborado por: Autor, 2020

Gráfica 39.



Elaborado por: Autor, 2020

Gráfica 40.

Tomatodo



Elaborado por: Autor, 2020

Gráfica 41.

Mochila personalizada



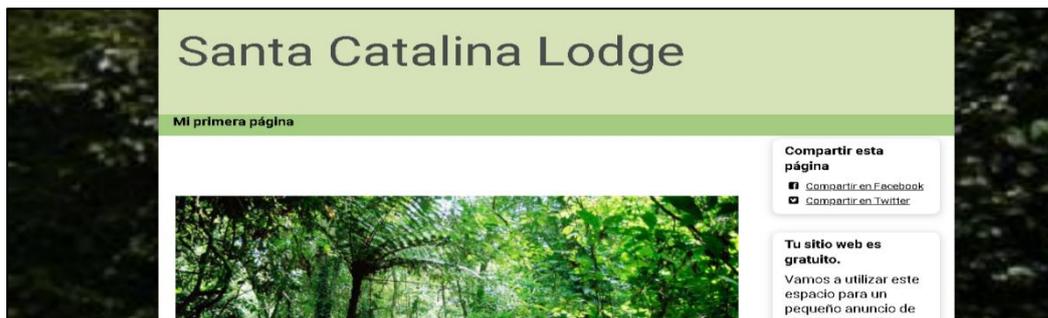
Elaborado por: Autor, 2020

b) Página web

Es necesario la creación de página web del Lodge Santa Catalina con el propósito de facilitar la información a los clientes o consumidores, sobre información del lugar, paquetes turísticos que se ofertará, precios de los paquetes o servicios turísticos, contactos para las reservaciones y la sección de galerías sobre los principales atractivos turísticos o descubrimientos científicos

Gráfica 42

Página Web



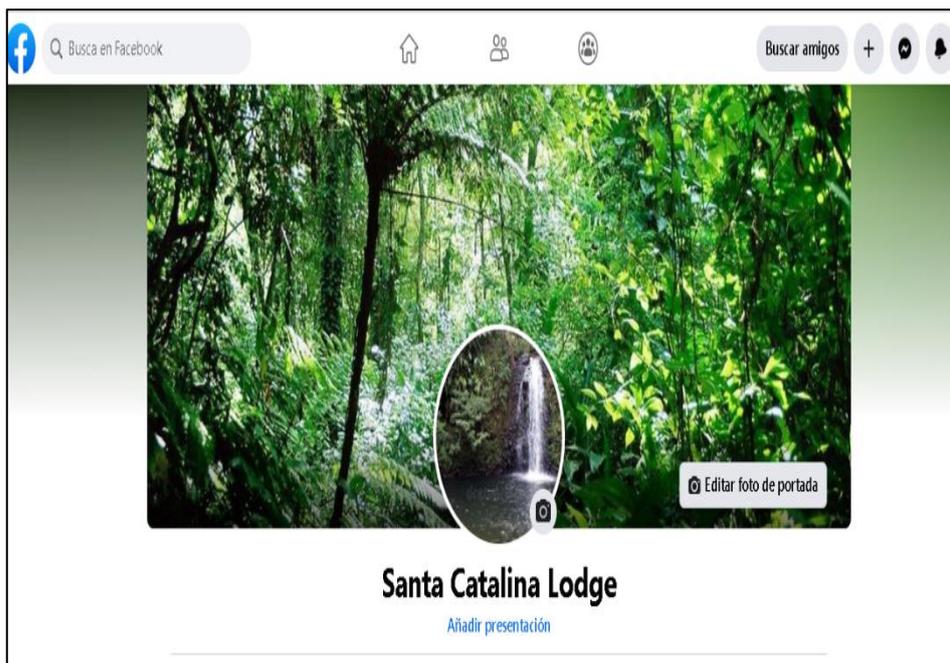
Elaborado por: Autor, 2020

c) Facebook

La cuenta de Facebook del establecimiento turístico deberá contener información real del Lodge Santa Catalina, tales como: fotografías del establecimiento turístico, flora y fauna representativa, visitas experienciales de turistas nacionales o extranjeros y compartir videos promocionales.

Gráfica 43

Facebook



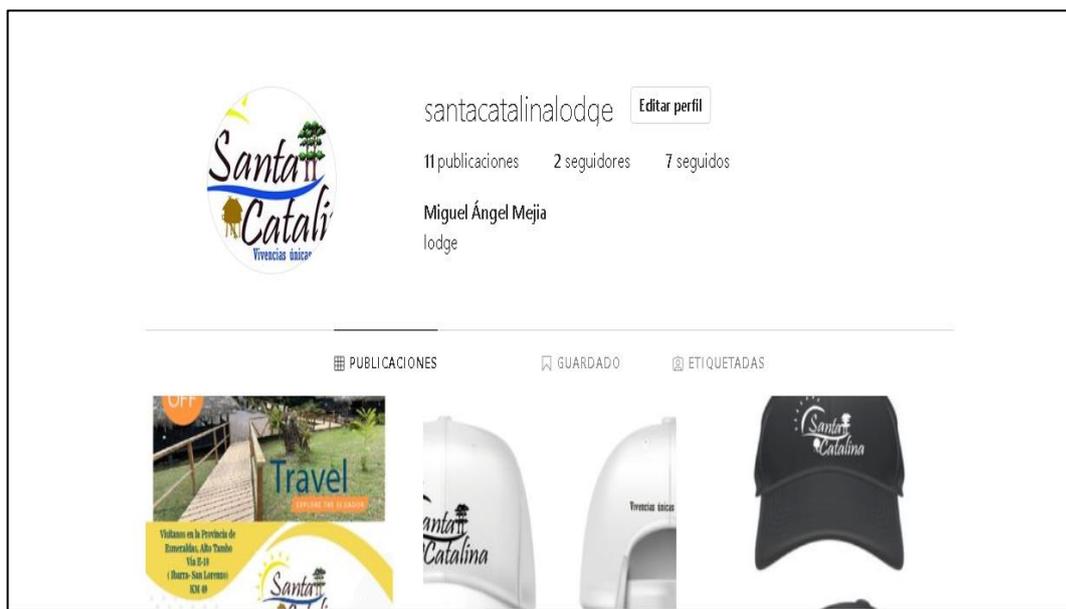
Elaborado por: Autor, 2020

d) Instagram

La cuenta de Instagram del establecimiento turístico deberá contener información real del Lodge Santa Catalina, tales como: fotografías del establecimiento turístico, flora y fauna representativa, visitas experienciales de turistas nacionales o extranjeros y compartir videos promocionales. Además, será prohibido la publicación de fotografías o videos de visitantes que sean menores de edad.

Gráfica 44

Instagram



Elaborado por: Autor, 2020

e) Volantes

Están elaborados con la información básica del Lodge Santa Catalina como dirección, número de teléfono, página web, y fotos llamativas que puedan hablar por sí solas de los que contiene el lugar los cuales son más fáciles de distribuir a universidades, colegios incluso a operadoras turísticas y agencias de viajes para que den a conocer a nuevos clientes.

Gráfica 45

Volantes



Elaborado por: Autor, 2020

4.4 Aplicación posible de la gama de productos en el futuro

Con el transcurso de unos años se piensa implementar un cable de acero por medio del lodge para que las personas puedan realizar canopy, aprovechando que se cuenta con árboles sumamente altos y llenos de vegetación aparte el paisaje que se podrá divisar desde las alturas dejaría a muchos con la boca abierta con su majestuosa belleza.

Dependiendo como vaya el flujo de turistas e ingresos también se construiría nueva infraestructura, pero esta vez las cabañas serían totalmente de vidrio para que el cliente sienta en su totalidad lo que es la naturaleza dándole una visión

de 360 grados para noches estrelladas y oscuras llenado de expectativas y nuevas sensaciones.

4.5 Investigación y análisis de las estrategias y métodos de mercadeo más apropiadas a utilizar

Tabla 82

Plan de comunicación del Lodge Santa Catalina

Tipo de publicidad	Detalle	Política de funcionamiento	Presupuesto anual
Material pop	Gorras, Tomatodo de Aluminio, Mochilas personalizadas, tres docenas de cada uno.	Venta directa y refuerzo de la imagen corporativa del establecimiento turístico.	276.84\$
Página web	A través de la página web del Lodge Santa Catalina	Mediante el uso del sistema web de dominio propio	450.00\$
Facebook	Anunciar nuestros paquetes y promociones llegando a más clientes de manera virtual	Mediante el uso del sistema web de dominio propio	45.00\$
Instagram	Anunciar nuestros paquetes y promociones llegando a más clientes de manera virtual	Mediante el uso del sistema web de dominio propio	45.00\$
Volantes	Impreso a full color en papel couche El millar en tamaño A5	Entrega en agencias de viajes, operadoras turísticas	35.00\$
Total			897

Elaborado por: Autor, 2020

CAPITULO V

5 ESTUDIO AMBIENTAL

5.1. Descripción de las acciones/actividades del proyecto o emprendimiento

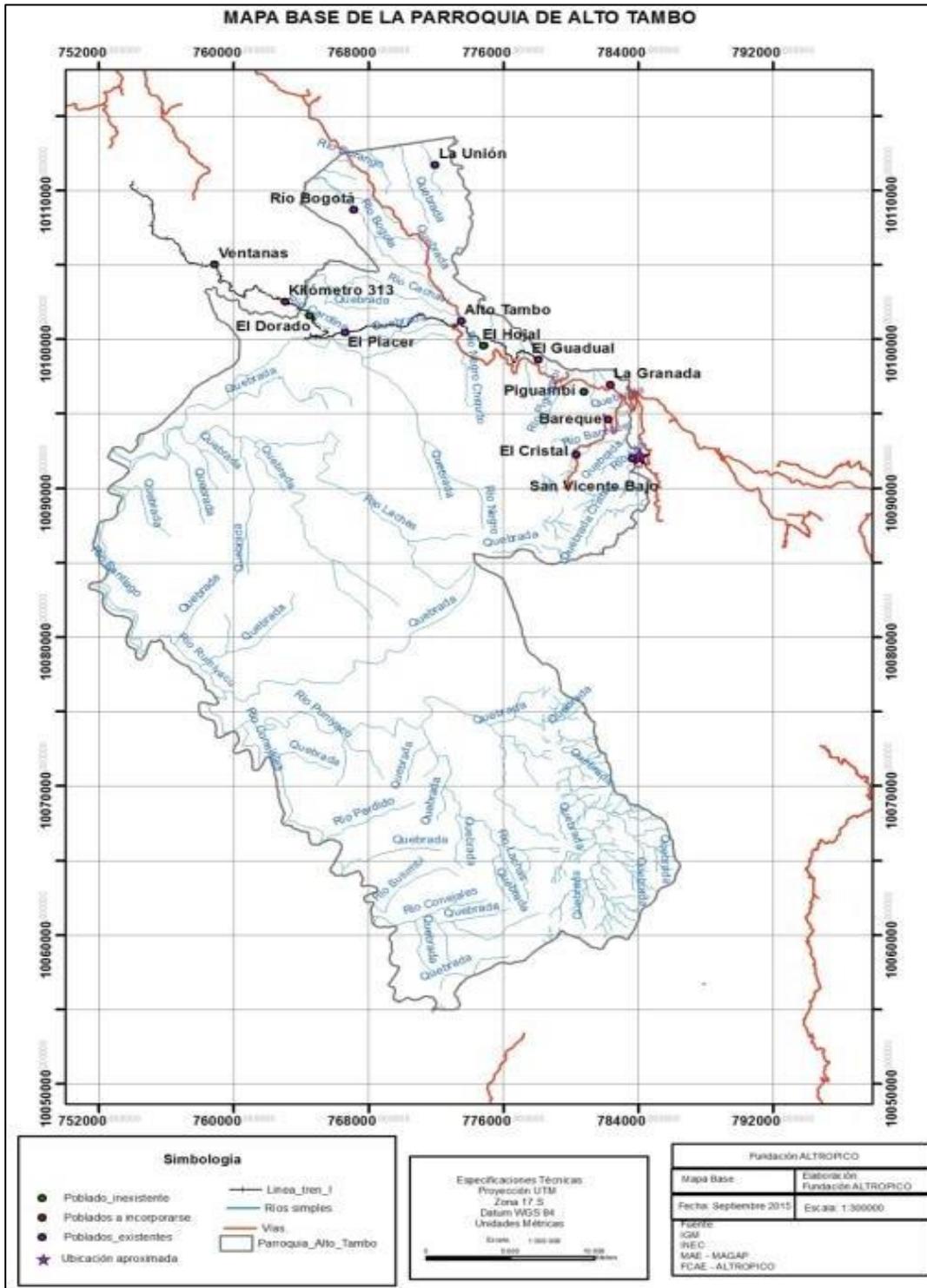
Al ser un proyecto turístico que va a ser implementado fue menester realizar los respectivos análisis de los impactos socio ambiental, y para el cual, se realizó una evaluación de impactos positivos y/o negativos mediante el uso de la metodología propuesta por Vicente Conesa. Para ello se realizó la identificación de los impactos de las actividades por cada componente y etapa del proyecto, tales como en la etapa de implementación, operación, posteriormente se realizó el respectivo análisis considerando los criterios de evaluación.

a) Delimitación del área

El Proyecto está ubicado en la parroquia de Alto Tambo se encuentra dentro de la reserva Cotacachi- Cayapas al norte de la provincia de Esmeraldas. El terreno que se utilizará para el Logde se encuentra ubicado en la Vía E-10(Ibarra-San Lorenzo) y km. 49.

Gráfica 46

Delimitación



Elaborado por: IGM – INEC, 2015

5.1.1 Factores ambientales

Tabla 83

Factores ambientales

Biofísico	Agua	Contaminación del agua (Elaborado por s hídricas, agua dulce)
	Suelo	Compactación del suelo
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo
Biótico	Flora	Pérdida la cubierta vegetal
	Fauna	Perturbación de las especies
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna
Cultural	Hostelería	Generación de empleo
		Generación de residuos
	Restauración	Crecimiento económico
		Aprovechamiento de productos locales para la elaboración de platos nacionales
	Áreas deportivas	Generación del ruido por deportistas

Elaborado por: Autor, 2021

Tabla 84*Actividades*

Construcción	
Disposición del campamento	Se instalará el campamento para que el personal empiece a realizar las labores de construcción y tengan donde alojarse
Estabilidad del suelo	La maquinaria espesara anivelar el suelo para su previa construcción de diferentes áreas
Lavado de área y despalme	Trabajadores empiezan a limpiar de forma manual para que la manual donde la maquinaria no pueda llegar
Manejo de maquinaria pesada	Se utilizará maquinaria pesada para empezar abrir caminos a diferentes puntos
Edificación de recepción y comedor	Personal empieza a construir las diferentes instalaciones para la operación de lodge Santa Catalina
Edificación de cabañas	Personal empieza a construir las diferentes instalaciones para la operación de lodge Santa Catalina
Edificación de juegos infantiles	Personal empieza a construir las diferentes instalaciones para la operación de lodge Santa Catalina
Edificación áreas de deportes	Personal empieza a construir las diferentes instalaciones para la operación de lodge Santa Catalina
Supresión de las orillas de los vados para ampliación	Se realizará aumento de vados para que sea más llamativo hacia los futuros turistas
Edificación de establo	Personal empieza a construir las diferentes instalaciones para la operación de lodge Santa Catalina
Edificación de piscina	Se realizará las obras por parte de maquinaria para la crianza de tilapia
Aseo del área	Una vez terminada la fase de construcción se procede a limpiar el lugar para que este en óptimas condiciones para el momento de operar

Implementación	
Servicio de hospedaje	Turistas que lleguen pernoctaran en esta área que ofrece el lodge Santa Catalina
Servicio de subsistencia	Turistas que lleguen se alimentaran en esta área que ofrece el lodge Santa Catalina
Servicio de programas	Destinada a grupo de personas que quieran celebrar algún momento especial o grupo de personal que realicen negocios
Servicio de parqueadero	Destinada a que los usuarios dejen sus automóviles de manera confiable y segura
servicio de áreas recreativas	Destinada a turistas que quieran distraerse de la mejor manera realizando diferentes actividades deportivas
Servicio de pesca	Destinada a turistas q quieran pescar su propio alimento de manera de distracción y relajación
Servicio de piscinas	Destinada a turistas que quieran refrescarse en los vados naturales y cascadas naturales con los que cuenta el lodge Santa Catalina

Elaborado por: Autor, 2021

Tabla 85
Análisis Ambiental

IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS
OPERACIÓN Σ

CONSTRUCCIÓN

Σ

Elaborado por: Autor, 2021

ACTIVIDADES			Instalación del campamento	Nivelación del	Limpieza de área y despalme	Uso de maquinaria pesada	Construcción de	Construcción de cabañas	Construcción de	Construcción áreas deportivas	Desbroce de las orillas de los	Construcción de establo para	Construcción de piscina para	Limpieza del área (desechos)	Σ	Σ	Servicio de alojamiento	Servicio de alimentación	Servicio de eventos y congresos	Servicio de parqueadero	servicio de áreas deportivas	Servicio de pesca deportiva	Servicio de	Σ	Σ
IMPACTOS AMBIENTALES																									
Biofísico	Agua	Contaminación del agua (Elaborado por s hidricas, agua dulce)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-12	-	-	-					0	-6
	Suelo	Compactación del suelo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-12								0	-1
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-12	-							0	-4
Biótico	Flora	Pérdida la cubierta vegetal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-8								0	0
	Fauna	Perturbación de las especies	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-12	-	-	-	-				0	-6
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	1	-11								0	0
Cultural	Hostelería	Generación de empleo					+	+							2	0	+	+	+	+	+	+	+	7	0
		Generación de residuos													0	0	-	-	-	-	-	-	-	0	-7
	Restauración	Crecimiento económico													0	0	+	+	+		+	+	+	6	0
		Aprovechamiento de productos locales para la elaboración de plato nacionales													0	0	+	+	+					3	0
	Areas deportivas	Generación del ruido por deportistas													0	0	-	-	-					0	-6
TOTAL	Σ suma de positivos		0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	3		3	3	3	1	2	2	2	16	
	Σ suma de negativos		-6	-6	-6	-6	-6	-6	-5	-6	-5	-5	-6	-4	67		-5	-4	-5	-4	-5	-3	-4	16	-30

5.1.2 Definición Método EIA

Método Conesa Simplificado

Este método de evaluación ambiental fue desarrollado por Vicente Conesa, aunque la aplicación de este método puede resultar complicado, varios expertos han simplificado este método basados en la propuesta original.

Criterios de Evaluación

Tabla 86

Criterios de evaluación

Criterios De Evaluación		
Criterios		Significado
Símbolo	positivo (+)/negativo (-)	Se enfoca en los impactos buenos o malos de las acciones
energía	IN	Es el nivel de ocurrencia de la acción. Este puede cambiar entre 1 y 12, en donde el 12 constituye pérdida total del factor en el sector que se afecta y 1 un mínimo de efecto.
Amplificación	EX	Espacio de dominio del impacto en correlación con el medio de la actividad. Si el trabajo realizado produce un efecto localizado, se conoce como impacto puntual (1). No obstante, el efecto no permite un lugar preciso del medio de la actividad. Cuando el resultado se origina en una zona crítica, se le dará un coste de 4 unidades adicionales a las que le competían.
Instante	MO	Apunta al período entre el origen de la acción que produce el impacto y el comienzo de los artificios sobre el factor de estudio.
Persistencia	PE	Período de permanencia del efecto desde su origen hasta su impacto.

Reversibilidad	RV	Evento de reparación del área afectada, además permite conocer la posibilidad de retornar a las actividades
Recuperabilidad	MC	Posibilidad de la reparación, total o parcial, del elemento afectado
Sinergia	SI	Esta propiedad examina el reforzamiento de los efectos simples, presentes estos deben ser superiores a 2.
Acumulación	AC	Esta propiedad da una visión del aumento progresivo del efecto cuando permanece de manera permanente la acción que lo genera.
Efecto	EF	Esta propiedad contempla la causa-efecto, es decir presenta el impacto que conlleva determinada acción
Periodicidad	PR	Contempla el orden de manifestación del efecto, ya sea cíclico o recurrente.

Elaborado por: Autor, 2021

ALGORITMO

$$I=(3INTESIDAD+2EXTENSIÓN+MOMENTO+PERSISTENCIA+REVERSIBILIDAD+SI
NERGIA+ACUMULACIÓN+EFFECTO+PERIODICIDAD+RECUPERABILIDAD)$$

IN = Intensidad	EX = Extensión
MO = Momento	PE = Persistencia
RV = Reversibilidad	SI = Sinergia
AC = Acumulación	EF = Efecto
PR = Periodicidad	MC = Recuperabilidad

RANGOS PARA EL CÁLCULO DE LA IMPORTANCIA AMBIENTAL

Tabla 14 Rangos para el cálculo de la importancia ambiental

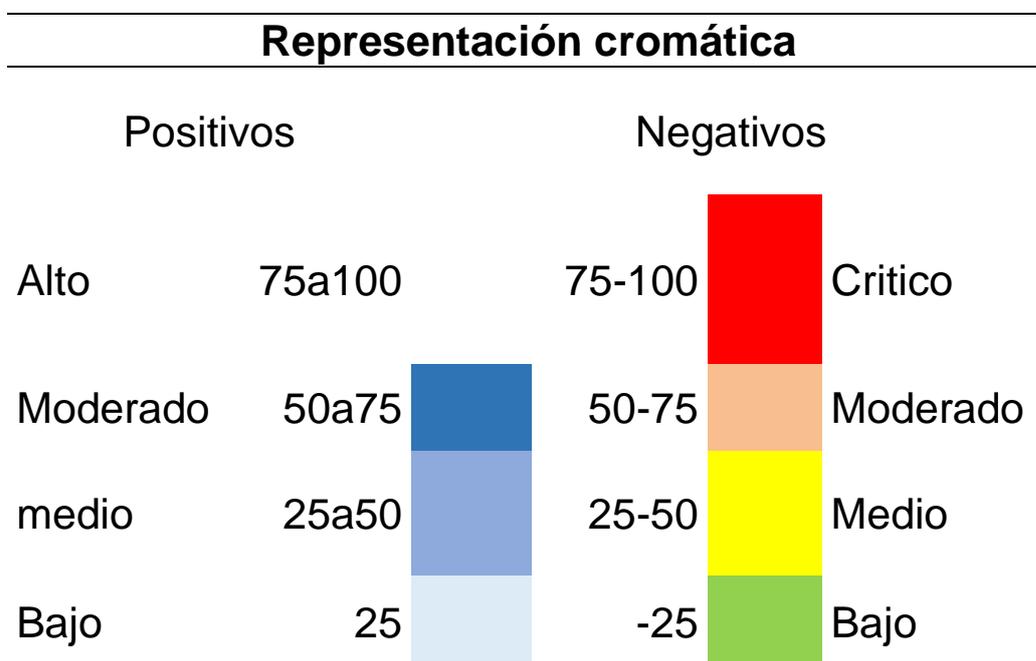
CRITERIO/RANGO	CALIF.	CRITERIO/RANGO	CALIF.
NATURALEZA		INTENSIDAD (IN) (Grado de destrucción)	
Impacto benéfico	+	Baja	1
Impacto perjudicial	-	Media	2
		Alta	4
		Muy alta	8
		Total	12
EXTENSIÓN (EX)		MOMENTO (MO) (Plazo de manifestación)	
Puntual	1	Largo plazo	1
Parcial	2	Medio Plazo	2
Extensa	4	Inmediato	4
Total	8	Crítico	(+4)
Crítica	(+4)		
PERSISTENCIA (PE)		REVERSIBILIDAD (RV)	
Fugaz	1	Corto plazo	1
Temporal	2	Medio plazo	2
Permanente	4	Irreversible	4

Elaborado por: Autor, 2021

CRITERIO/RANGO	CALIF.	CRITERIO/RANGO	CALIF.
SINERGIA (SI)		ACUMULACIÓN (AC) (Incremento progresivo)	
Sin sinergismo (simple)	1	Simple	1
Sinérgico	2	Acumulativo	4
Muy sinérgico	4		
EFFECTO (EF)		PERIODICIDAD (PR)	
Indirecto (secundario)	1	Irregular o aperiódico o discontinuo	1
Directo	4	Periódico	2
		Continuo	4
RECUPERABILIDAD (MC)		IMPORTANCIA (I)	
Recuperable inmediato	1	$I = (3IN + 2EX + MO + PE + RV + SI + AC + EF + PR + MC)$	
Recuperable a medio plazo	2		
Mitigable o compensable	4		
Irrecuperable	8		

Elaborado por: Autor, 2021

Tabla88. Representación cromática



Elaborado por: Autor, 2021

Aplicación del método de Conesa simple y la valoración de los impactos ambientales etapa de construcción

Tabla 89

Aplicación del método de Conesa

Evaluación Impactos Ambientales con el método de Conesa										Etapa de construcción					
Matriz General															
Medio	Componentes Ambientales	Impacto	NAT	IN(x3)	EX(x2)	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	Importancia	Impacto
Biófisico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)	NEGATIVO (-)	26	42	32	26	30	26	61	27	27	48	345	
	Suelo	Compactación del suelo	NEGATIVO (-)	34	21	40	34	34	24	30	48	30	36	331	
	Atmósfera	Dispersión de partículas	NEGATIVO (-)	25	24	26	26	24	24	12	24	23	26	234	
Biótico	Flora	Disminución de flora	NEGATIVO (-)	46	27	36	32	28	24	24	45	27	46	335	
	Fauna	Disturbio de las especies	NEGATIVO (-)	46	36	48	28	46	24	39	48	31	48	394	
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	NEGATIVO (-)	38	30	40	44	46	24	48	48	38	48	404	
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	POSITIVO (+)	48	38	46	46	48	26	48	48	46	46	440	

Elaborado por: Autor, 2021

Aplicación del método de Conesa simple y la valoración de los impactos ambientales etapa de operación

Tabla 90

Aplicación del método de Conesa

Evaluación Impactos Ambientales con el método de Conesa									Etapa de operación						
Matriz final															
Medio	Componentes Ambientales	Impacto	NAT	IN(x3)	EX(x2)	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	Importancia	Impacto
Biófico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)	NEGATIVO (-)	24	16	22	26	16	14	28	22	26	26	220	
	Suelo	Compactación del suelo	NEGATIVO (-)	20	20	16	26	16	14	28	28	26	28	222	
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	NEGATIVO (-)	14	14	14	14	14	14	10	7	12	16	129	
Biótico	Flora	Pérdida la cubierta vegetal	NEGATIVO (-)	14	14	14	12	14	14	7	7	11	18	125	
	Fauna	Perturbación de las especies	NEGATIVO (-)	26	24	28	26	28	14	28	28	28	28	258	
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	NEGATIVO (-)	16	14	14	15	16	14	7	7	12	20	135	
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	POSITIVO (+)	28	28	28	26	28	14	28	28	28	28	264	
		Generación de residuos	NEGATIVO (-)	24	26	26	25	26	14	28	25	28	28	250	
	Restauración	Crecimiento económico	POSITIVO (+)	28	28	28	26	28	14	28	28	28	28	264	
		Aprovechamiento de productos locales para la elaboración de plato nacionales	POSITIVO (+)	23	21	23	23	23	14	22	16	23	24	212	
	Áreas deportivas	Generación del ruido por deportistas	NEGATIVO (-)	28	26	26	25	25	14	25	25	26	26	246	

Elaborado por: Autor, 2020

RESUMEN MATRIZ DE IMPACTOS AMBIENTALES

Tabla 91

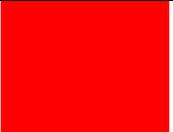
Resumen matriz de impactos ambientales

Resumen Matriz de Impactos Ambientales																		
Factores Ambientales	Actividades Fase de Construcción						Actividades Fase de Operación							Naturaleza	Importancia			
	Instalación del campamento	Nivelación del suelo	Limpieza de área y despalle	Uso de maquinaria pesada	Construcción de piscina para piscicultura	Limpieza del área (desechos, escombros y materiales de construcción)	Servicio de alojamiento	Servicio de alimentación	Servicio de eventos y congresos	Servicio de parqueadero	Servicio de áreas deportivas	Servicio de pesca deportiva	Servicio de balneario					
Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)	31	32	33	35	44	25	44	42	42	31	31	44	50	-		484	37,23	Medio
Compactación del suelo	26	35	27	37	46	26	40	36	40	48	46	36	36	-		479	36,85	Medio
Esparcimiento de partículas de polvo	28	27	27	24	24	34	28	24	24	26	23	23	23	-		335	25,77	Medio
Pérdida la cubierta vegetal	37	37	43	35	42	25	26	24	24	22	25	23	23	-		386	29,69	Medio
Perturbación de las especies	46	46	50	46	39	32	40	46	50	48	50	50	50	-		593	45,62	Medio
Modificación del paisaje con infraestructura moderna	36	38	38	36	50	34	24	24	24	24	23	23	23	-		397	30,54	Medio
Generación de empleo	50	50	50	44	50	42	50	50	50	48	50	50	50	+		634	48,77	Medio
Generación de residuos							44	50	46	34	50	50	50	-		324	46,29	Medio
Crecimiento económico							50	50	50	48	50	50	50	+		348	49,71	Medio
Aprovechamiento de productos locales para la elaboración de plato nacionales							50	50	50	16	23	47	43	+		279	39,86	Medio
Generación del ruido por deportistas							44	50	50	22	62	50	50	-		328	46,86	Medio

Tabla 92

Representación cromática

Representación cromática

	Positivos		Negativos	
Alto	75a100		75-100	 Critico
Moderado	50a75		50-75	 Moderado
medio	25a50		25-50	 Medio
Bajo	25		-25	 Bajo

Elaborado por: Autor, 2021

Jerarquización de impactos ambientales

Tabla 93

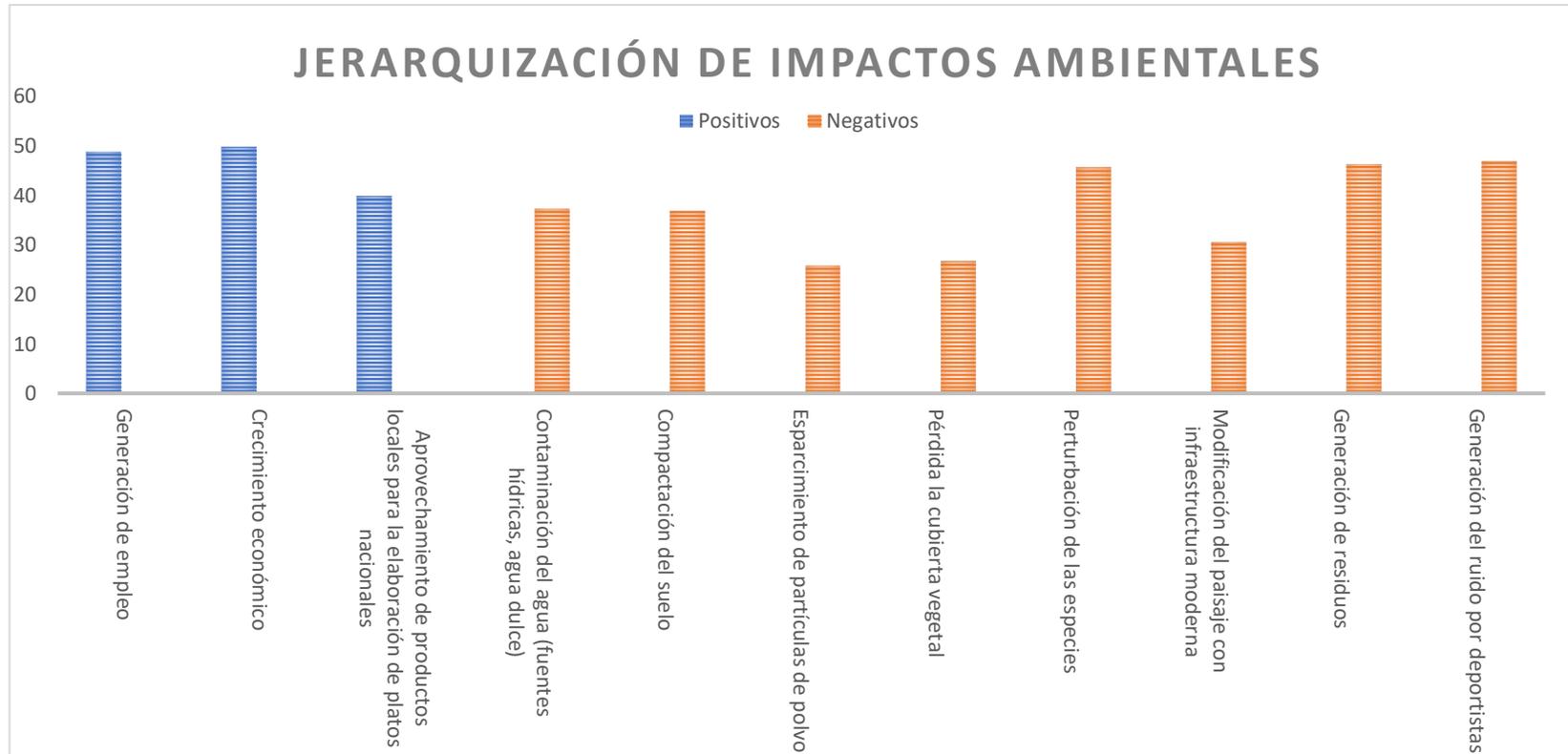
Jerarquización de impactos

			Positivos	Negativos
Biofísico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)		-37.23 IA
	Suelo	Compactación del suelo		-36.85 IA
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo		-25.77 IA
Biótico	Flora	Pérdida la cubierta vegetal		-26.69 IA
	Fauna	Perturbación de las especies		-45.62 IA
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna		-30.54 IA
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	48.77 IA	
		Generación de residuos		-46.29 IA
	Restauración	Crecimiento económico	49.71 IA	
		Aprovechamiento de productos locales para la elaboración de platos nacionales	39.86 IA	
	Áreas deportivas	Generación del ruido por deportistas		-46.86 IA

Elaborado por: Autor, 2021

Gráfico

Jerarquización de Impactos Ambientales



Elaborado por: Autor, 2021

Los impactos positivos más sobresalientes son:

- Generación de empleo
- Crecimiento económico
- Aprovechamiento de productos locales para la elaboración de platos nacionales

Los impactos negativos más sobresalientes son:

- Contaminación del agua (Elaborado por s hídricas, agua dulce)
- Compactación del suelo
- Esparcimiento de partículas de polvo
- Pérdida la cubierta vegetal
- Perturbación de las especies
- Modificación del paisaje con infraestructura moderna
- Generación de residuos
- Generación del ruido por deportistas

Matriz de Interpretación de Resultado

Con relación a la etapa de construcción y operación del Lodge Santa Catalina, se aprecia en la matriz de Conesa simple un resultado total de (100), ubicándose entre el rango (26) – (-50), siendo un impacto negativo en un nivel medio. Por lo cual, se debe realizar medidas de mitigación o compensación para reducir el impacto ambiental que se genera.

Tabla 94

Matriz de Interpretación de Resultados

Matriz de Interpretación de Resultados			
Fase de Operación y Construcción			
Rango		Positivo	Negativo
1	25	Bajo	Bajo
26	50	Medio	Medio
51	75	Moderado	Moderado
76	100	Alto	Critico

Elaborado por: Autor, 2021

Tabla 95

Plan de manejo ambiental

Planificación del manejo ambiental							
		Impacto del medio ambiente	Medidas de Remisión	Montos	Encargado	Duración/Tiempo	Observaciones
Biofísico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)	Llevar un control de maquinaria que este derramando aceites y puedan llegar a afluentes cercanos	500\$	Jefe de contratación	Mensual (Lo que dure la construcción de la obra)	
	Suelo	Compactación del suelo	Establecer caminos por donde se pueda	400\$	Jefe de contratación	Mensual durante dure la construcción de la obra y	Los turistas no ingresen a lugares no establecidos

			desplazar la maquinaria y personal			cuando ya esté en fase de operación	
	Atmosfera	Esparcimiento de partículas de polvo	Socialización sobre medidas de seguridad laboral a trabajadores y garantizar la aplicación durante la fase de construcción	300\$	Capacitador de personal sobre las medidas que deben tomar los empleados	Mensual durante dure la construcción de la obra	Precautelar la salud de los trabajadores
	Flora	Pérdida la cubierta vegetal	Sembrar especies más afectadas para compensar lo perdido por la construcción	350\$	personal contratado para la obra	El tiempo que sea necesario para reforestar el área afectada	Regenera el bosque de manera que persista la fauna

Biótico	Fauna	Perturbación de las especies	Marcar senderos específicos a los cuales los turistas no pueden ingresar por que existen especies muy sensibles	500\$	Arquitecto encargado de llevar la obra	El momento de construir para que al momento de la fase de operación los turistas puedan enterarse por sí solos	Auto educar a los turistas que acaten las reglas
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	Compensar con materiales biodegradables y acordes al lugar donde estarán ubicados para que no cause un gran impacto	1000\$	Arquitecto encargado de llevar la obra	El momento de construir para que al momento de la fase de operación todo este en perfecto estado	Ayudar al medio ambiente consumiendo materiales reciclados

Cultural	Hostelería	Generación de residuos	Implementar recipientes en los cuales se clasifique la basura según su composición	300\$	Personal de limpieza que brinde los servicios en el lodge	Continuo todo el tiempo que se encuentre operando	Crear una cultura de reciclaje al personal al igual que al turista
	Áreas deportivas	Generación del ruido por deportistas	Llevar un libro diario para que no sobrepase el número permitido y no exista tanta contaminación auditiva	450\$	Personal encargado de recepción o guardia que se encuentre haciendo ingresar a los turistas	Continuo todo el tiempo que se encuentre operando	
	Hostelería	Generación de empleo	Contratar a las personas aledañas previa capacitación	400\$	Administrados del lodge	Continuo mediante en lodge siga en funcionamiento	Capacitación continua hacia el empleado ayudándolo a crecer en el ámbito

	Restauración		para formar parte del equipo de trabajo del lodge				de prestación de servicios al mismo tiempo mejorando la calidad de servicio del lodge
		Crecimiento económico	Mediante la generación de empleo los empleados empiezan a tener un ingreso fijo el cual antes no lo tenían		Empleados del lodge	Continuo mediante exista una buena inversión de capital en algún proyecto pequeño	Mejora la calidad de vida y de los familiares que depende del empleado
		Aprovechamiento de productos locales para la elaboración de plato nacionales	Los agricultores proveen sus productos al lodge haciendo directamente la	800\$	Agricultores de la zona	Continuo mediante el producto siga siendo fresco y de calidad	Mejora la calidad de vida y de los familiares que depende del empleado

			venta sin que haya intermediarios				
--	--	--	---	--	--	--	--

Elaborado por: Autor, 2021

CAPÍTULO VI

6. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

6.1. Estado de situación inicial

Tabla 96

Estado de situación inicial

ACTIVO		PASIVO	
Activo Corriente		Pasivo a corto plazo	
Caja	\$1,000	Proveedores	
BANCO	\$9,468	Préstamo	\$227,712
Total Activo Corriente	\$10,468.26	Ant. a clientes	
		Total Pasivo	\$227,712
Activo No corriente		Pasivo a Largo Plazo	
Terrenos	\$25,000	Doc. por pagar a largo plazo	
Edificios	\$213,831	Total, Pasivo a largo plazo	\$0
Maquinaria	\$6,535		
Muebles y Enseres	\$9,554.50	SUMA DEL PASIVO	\$227,712
Obligación de Menaje	\$2,149.95		
Útiles de oficina	\$174	Bienes inmuebles	\$25,000
Transporte	\$21,000	bienes muebles	\$26,000
Total no corriente	\$278,244	Efectivo	\$10,000
Activo diferido		Total, Capital contable	\$61,000
Rentas Pag. Por adelantado			
Otros activos diferidos			
Total, Activo Diferido	\$0		
SUMA DEL ACTIVO		SUMA DEL CAPITAL CONTABLE	
	\$288,712		\$61,000
		SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO	
			\$288,712

Elaborado por: Autor, 2021

Los activos corrientes correspondientes al estado inicial de la empresa son de \$10,468.26 el mismo que es un valor enfocado a cubrir el costo de capital de inversión; además, los activos fijos contemplan los bienes e inmuebles propios de la empresa y suman un total de \$278,244 que necesita la hostería, en el cual, se circunscribe los valores que cuenta la empresa en gastos de constitución, sumando todo esto obtenemos un total de activos de \$288,712

En el estado de situación inicial también se presenta el valor de los pasivos, el mismo que asciende a US \$61,000 que equivale al 21,13% del total de inversión, por lo cual se establece un financiamiento equivalente al 78,87%, esto es por el monto de US \$227

6.2 Flujo de efectivo

Tabla 97

Flujo de efectivo

Ingresos	Precio	Unid a la venta	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total, Anual	Unidades Vendidas		
			15%	25%	25%	20%	20%	20%	25%	25%	20%	20%	20%	25%				
Habitación sencilla (3)	30	90	405	675	675	540	540	540	675	675	540	540	540	675	7020	234		
Habitación matrimonial (5)	60	150	1350	2250	2250	1800	1800	1800	2250	2250	1800	1800	1800	2250	23400	390		
Habitación doble (5)	55	150	1237.5	2062.5	2062.5	1650	1650	1650	2062.5	2062.5	1650	1650	1650	2062.5	21450	390		
Habitación triple (3)	80	90	1080	1800	1800	1440	1440	1440	1800	1800	1440	1440	1440	1800	18720	234		
Desayunos	5	600	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	36000	7200		
Almuerzos	5	600	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	36000	7200		
Cenas	5	600	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	36000	7200		
Piscinas	5	900	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	54000	10800		
Pesca Deportiva	5	240	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	14400	2880		
Camping	6	20	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1440	240		
Senderismo	4	60	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	2880	1872		
TOTAL, INGRESOS			18.727,5	21.172,5	21.172,5	19.950	19.950	19.950	21.172,5	21.172,5	19.950	19.950	19.950	21.172,5	24.4290			
EGRESOS																		
Habitación sencilla			121.5	202.5	202.5	162	162	162	202.5	202.5	162	162	162	202.5	2106	V	2106	
Costo hab matrimonial			405	675	675	540	540	540	675	675	540	540	540	675	7020	V	7020	
Costo hab doble			371.25	618.75	618.75	495	495	495	618.75	618.75	495	495	495	618.75	6435	V	6435	
Costo hab triple			324	540	540	432	432	432	540	540	432	432	432	540	5616	V	5616	
Costo Desayunos			1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	21600	V	21600	
																	costos fijos	costos variables

Costo Almuerzos		1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	21600	V	21600	
Costo Cenas		1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	21600	V	21600	
Costos Piscina		675	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	15525	V	15525	
Costos Pesca Deportiva		180	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	4140	V	4140	
Costos Camping		18	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	414	V	414	
Costos Senderismo		72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	864	V	864	
Mantenimiento		74.54	74.54	74.54	74.54	74.54	74.54	74.54	74.54	74.54	74.54	74.54	74.54	894.48	F	894.48	
Sueldos y salarios		2520	2520	2520	2520	2520	2520	2520	2520	2520	2520	2520	2520	30240	F	30240	
Decimos									2800				3120	5920	F	5920	
IESS	11.45%	288.54	288.54	288.54	288.54	288.54	288.54	288.54	288.54	288.54	288.54	288.54	288.54	3462.48	F	3462.48	
Permisos								500						500	F	500	
Gastos de Marketing		950												950	F	950	
Publicidad		40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	480	F	480	
Servicios Básicos		198	198	198	198	198	198	198	198	198	198	198	198	2376	F	2376	
PAGO DE PRÉSTAMO		\$3,418.60	\$3,418.60	\$3,418.60	\$3,418.60	\$3,418.60	\$3,418.60	\$3,418.60	\$3,418.60	\$3,418.60	\$3,418.60	\$3,418.60	\$3,418.60	41023.25			
														0			
														0			
														0			
TOTAL EGRESOS		14934.93	15591.43	15591.43	15224.68	15224.68	15224.68	16091.43	18391.43	15224.68	15224.68	15224.68	18711.43	190660.2		44822.96	104814
FLUJO DE CAJA		3792.57	5581.07	5581.07	4725.32	4725.32	4725.32	5081.07	2781.07	4725.32	4725.32	4725.32	2461.07				
FLUJO ACUMULADO		3792.57	9373.63	14954.70	19680.01	24405.33	29130.64	34211.71	36992.78	41718.09	46443.41	51168.72	53629.79	53629.79			

Elaborado por: Autor,2021

Los productos que ofrece el negocio son: 3 alojamientos sencillos por un valor de \$30, 3 alojamientos matrimoniales por un valor de \$60, cinco alojamientos dobles por un valor de \$55 y tres alojamientos triples a \$80, además cuenta con los siguientes servicios adicionales: piscinas \$5, pesca \$5, camping a \$6, caminatas a \$4 y cada plato de comida a \$5

Para el cálculo de los ingresos obtenidos por las habitaciones se estimó en base al porcentaje de ocupación para cada año, donde en el primer año se estima una ocupación del 20%-25%, formando un ingreso de \$70,590; de igual forma el uso de la piscina genera un ingreso de \$54,000, la pesca y demás servicios de recreación generan un ingreso de \$18,720 y por alimentación se genera un ingreso de \$108,000, dando un total de \$244,290 anual.

En cuanto a los gastos anuales de la empresa, se realizó una descripción de cada rubro requerido para el funcionamiento del negocio, como los insumos, el pago a trabajadores, el mantenimiento del lugar entre otros. En las habitaciones se estima un costo del 30%, alimentación un 60% y las demás actividades recreativas generan un costo del 15%. En cuanto a los costos indirectos de fabricación se estima un valor de \$190,660.21, dando como resultado un flujo de caja positivo de \$53,629.79

6.3 Proyección de ingresos y gastos

A partir de los datos totalizados en el flujo de efectivo del primer año del Lodge “Santa Catalina”, se realizó la proyección futura a 6 años.

6.3.1. Costo de capital

El costo de capital de la empresa es de \$288,712 de los cuales se financiara con recursos propios un 21,13%, que resulta un valor de \$61,000, el 78,87%,

será provisto por préstamo bancario \$227,712.

Tabla 15

Cálculo de costo de capital

Cálculo del costo de capital					
	Valores	Participación	Interés	Equivalencia	Costo de capital de la inversión
Inversión	288711.96	100%		10.55%	10.55%
Impuesto A La Renta				0%	
Capital Propio	61000	21%	5.70%	1.20%	
Financiamiento	227711.96	79%	11.85%	9.35%	

Elaborado por: Autor, 2021

Tabla 99*Cálculo del TIR*

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10		
Ingresos	244290.00	256504.50	269329.73	282796.21	296936.02	311782.82	327371.96	343740.56	360927.59	378973.97		
Egresos	190660.21	200193.22	210202.88	220713.03	231748.68	243336.11	255502.92	268278.06	281691.97	295776.56		
Flujo de caja	53629.79	56311.28	59126.84	62083.19	65187.34	68446.71	71869.05	75462.50	79235.62	83197.41		
DATOS PARA LA TIR	-288711.96	53629.79	56311.28	59126.84	62083.19	65187.34	68446.71	71869.05	75462.50	79235.62	83197.41	674549.73
	53629.79	109941.07	169067.91	231151.10	296338.44	364785.15	436654.20	512116.70	591352.32	674549.73		

Elaborado por: Autor, 2021

6.3.2. Flujo económico proyectado

Tomando los datos del flujo de efectivo del primer año, se determinó un crecimiento del 5% al año, además se presentó un flujo de efectivo acumulado para el último año de análisis de 364785.15.

6.4. Cálculo de la tasa interna de retorno

En base al análisis del TIR se determinó que el proyecto es rentable, ya que se obtuvo un valor positivo del 17.59% con un incremento anual del 5%

Tabla 16

Cálculo de la tasa interna de retorno

Incremento anual	5%
Costo de capital	10.55%
Inversión	288711.96
VAN	100257.00
TIR	17.59%

Elaborado por: Autor, 2021

6.5. Cálculo del valor actual neto

De la misma manera se realizó el análisis del VAN y se determinó un valor de \$100,257.00, demostrando así la rentabilidad del proyecto.

Tabla 101

Cálculo del valor actual neto

Incremento anual	5%
Costo de capital	10.55%
Inversión	288711.96
VAN	100257.00
TIR	17.59%

Elaborado por: Autor, 2021

6.6. Punto de equilibrio

A continuación, se detalla el punto de equilibrio.

Tabla 102

Punto de equilibrio multiproducto

Punto de equilibrio multiproducto											
Año estimado punto equilibrio	6										
	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6	Producto 7	Producto 8	Producto 9	Producto 10	Producto 11
UN. VENDIDAS	1,404	2,340	2,340	1,404	43,200	43,200	43,200	64,800	17,280	1,440	4,320
TOTAL UNIDADES		224,928									
% COLABORACIÓN / PRODUCTO VENDIDO	0.62%	1.04%	1.04%	0.62%	19.21%	19.21%	19.21%	28.81%	7.68%	0.64%	1.92%
PRECIO VENTA UNITARIO	\$30	\$60	\$55	\$80	\$5	\$5	\$5	\$5	\$5	\$6	4
COST. VENTA UNITARIO	\$9	\$5	\$18	\$28	\$3	\$3	\$3	\$1	\$1	\$2	\$1
PRECIO PROMEDIO PONDERADO		\$6.70									

COST. PROMEDIO PONDERADO		\$2.76										
COSTO FIJO DEL PERÍODO		\$268,938										
INVERSIÓN		\$288,712										
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$21.00	\$54.60	\$37.00	\$52.50	\$2.00	\$2.00	\$2.00	\$3.56	\$3.56	\$4.28	\$2.80	
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO		\$3.95										
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		141,347										
PUNTO DE EQUILIBRIO POR INGRESOS		\$947,552										
PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO	882	1,470	1,470	882	27,147	27,147	27,147	40,721	10,859	905	2,715	
PRODUCTO EN DOLARES	\$26,468.57	\$88,228.56	\$80,876.18	\$70,582.84	\$135,736.24	\$135,736.24	\$135,736.24	\$203,604.36	\$54,294.50	\$5,429.45	\$10,858.90	\$947,552.07

Elaborado por: Autor, 2021

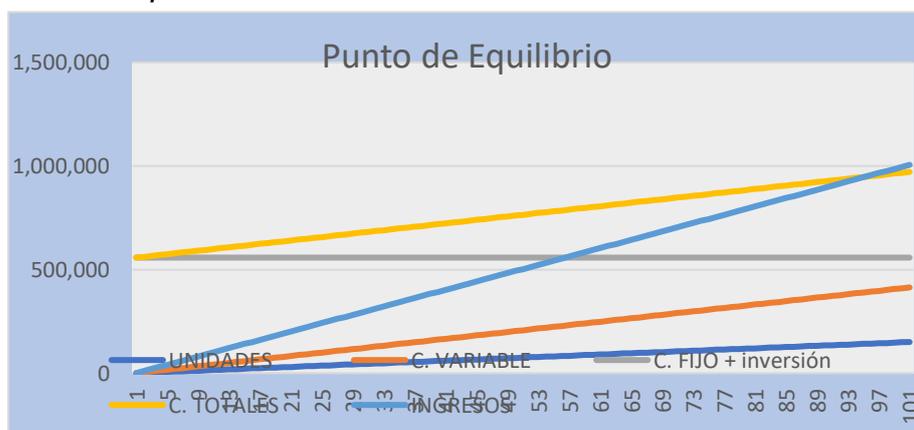
Con el fin de determinar el punto de equilibrio de la producción e ingresos se efectuó el cálculo del punto de equilibrio basado en los servicios que brinda el establecimiento.

Es así que, para este análisis, se detalló los 11 productos oferentes de la empresa, para un periodo de 6 años, dando un total de 224,928 unidades vendidas, de los cuales, los alojamientos sencillos corresponden un 0.62%, los alojamientos matrimoniales un 1.04%, los alojamientos dobles un 1.04%, y las triples en un 0.62%. Además, el servicio de alimentación se clasifica de la siguiente forma: los desayunos un 19.21%, los almuerzos 19.21% las cenas un 19.21%. En cuanto a los servicios recreativos se clasifican de la siguiente manera: la piscina en un 28.81%, pesca 7.68% el camping 0.64%, el senderismo 1,92%. Considerando un precio medio de \$6.70, y un costo promedio de \$2.76 con un margen de contribución de \$3.94.

Finalmente se puede considerar que la inversión es de \$288,712, con costos fijos de \$268,938. Es así que para alcanzar un punto de equilibrio se debe vender 141,347 unidades, las cuales dan como resultado un monto de \$947,552 que se alcanzaría en el sexto año de funcionamiento de la empresa.

Grafica. 89

Punto de equilibrio



Elaborado por: Autor 2021

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

El proyecto es viable a nivel comercial, el estudio de mercado determina que el 83.4% de la demanda turística nacional y extranjero tienen preferencia en hospedarse en el Lodge Santa Catalina Alto Tambo Esmeraldas Ecuador y el 76.5% de personas da a conocer que les gustaría realizar las actividades turísticas que ofrece el lodge.

El estudio técnico administrativo del proyecto es viable, dado que se ubica en la parroquia de Alto Tambo Esmeraldas dándonos las condiciones idóneas para la implementación de cabañas, piscinas, y un sinnúmero de actividades aprovechando los recursos naturales hídricos al igual que la flora con la que cuenta el lugar, además se alinea al Art. 43,45 de la ley de turismo los cuales permite servicio de alojamiento y actividades turísticas.

En cuanto al estudio de la comercialización y marketing del proyecto se establecieron criterios de selección que permitieron determinar aspectos importantes que representan al producto. En ese sentido, la marca corporativa se diferencia de otros centros turísticos ya que presentan colores llamativos y de fácil comprensión. Se busca vincular la convivencia del cliente con el entorno e identificación de la naturaleza. En cuanto a la difusión del producto se establecerán convenios con operadoras turísticas y agencias de turismo que se encargarán de ofertar los servicios y paquetes a nivel nacional e internacional. Además de difusión de marca en base al manejo de Branding en gorras, mochilas y el uso permanente de plataformas digitales que son de suma importancia ya que nos dirigimos a un grupo joven y activo que comúnmente utilizan estas plataformas. Finalmente, es necesario mencionar que

el establecimiento contase con políticas que contribuyan en la distribución de los productos y servicios que se ofertaran.

El estudio ambiental del proyecto es viable, debido a que la implementación de las cabañas, restaurant, piscinas, canchas deportivas generarán una buena cantidad de aspectos positivos , los mismos que son a nivel medio de 25- 50 sobre 100 al igual que los impactos negativos son a nivel medio de 25 -50 sobre 100 los cuales no afectan de manera considerable al ambiente, el proyecto contribuirá de forma positiva al desarrollo turístico del territorio permitiendo a los involucrados crecer económicamente , siendo una alternativa para dinamizar la economía local, y promover la conservación de los recursos naturales utilizándolos de forma sustentable.

En virtud del análisis efectuado en el estudio financiero, se determinó que el monto de inversión necesario para la ejecución de este proyecto es de \$288.712 del cual un 21,13% constituye capital propio y el 78,87% capital financiado. Los ingresos presentados en el flujo de efectivo para el primer año fueron de \$244,290, mientras que los egresos son de \$190.660 dando como resultado un flujo de caja positivo de \$53.630. Se pudo verificar que la idea del negocio es factible y rentable por que la recuperación de la inversión se la hace al sexto año de funcionamiento obteniendo una tasa de retorno del 17.59% en diez años de proyección financiera, un valor neto de \$947.552. En cuanto al análisis del Beneficio/Costo es de \$ 2.76, es decir, por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de \$ 3.94 dólares.

RECOMENDACIONES

Crear alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales que promuevan el desarrollo social, económico y turístico, para mejorar considerablemente la llegada de turistas nacionales e internacionales generando réditos y por ende más plazas de trabajo dando la oportunidad de integrar a más personas cercanas al lodge.

Cumplir a cabalidad con todos los requisitos de organización y constitución para el Lodge Santa Catalina y gestionar para su reconocimiento legal y operación turística en conformidad a lo estipulado por el Ministerio de Turismo, organismo competente y regulador.

Incentivar al personal que brinda los servicios de atención al cliente que lo realicen de la mejor manera y de forma adecuada asegurando el regreso de los turistas e incrementando la llegada de nuevos los cuales generaran más empleo e incentivos para todo el personal de servicio la cual nos dará una distinción sobresaliendo de otros lugares turísticos mediante su atención amabilidad y confort.

Incentivar promociones mediante el uso de las páginas web y las redes sociales de esta forma llamando la atención del público los cuales se pueden convertir en posibles clientes, manejar un porcentaje de ganancia adecuado con las agencias y operadoras turísticas, enfocarse en la venta de la marca con los diferentes suvenires para generar mayor reconocimiento de las personas.

Aplicar las medidas de mitigación propuesto en relación con los aspectos negativos del contexto ambiental para minimizar y prevenir los futuros efectos negativos que estos pueden generar. A la vez, impulsar las buenas prácticas ambientales para fortalecer el desarrollo económico, ambiental del Lodge Santa

Catalina e incidir en el desarrollo del personal con el que cuenta y a la vez la dinamizando la economía ha caseríos aledaños.

Ejecutar de manera responsable la administración económica del Lodge Santa Catalina, realizando balances económicos de manera periódica para evitar pérdidas económicas, y cumpliendo con la rendición de cuentas a la administración.

BIBLIOGRAFÍA

- Agora, G. N. (04 de 09 de 2019). *Piscinas en hoteles, campings y complejos turísticos: más sostenibles, tecnológicas y experienciales*. Obtenido de Tendencias en piscinas: <https://www.interempresas.net/Construccion/Articulos/253601-Piscinas-hoteles-campings-complejos-turisticos-Mas-sostenibles-tecnologicas-experienciales.html>
- Carrasco, M. Á. (2015). *EL DEPORTE Y EL TURISMO*. Obtenido de http://www.munideporte.com/imagenes/documentacion/ficheros/20100611135518miguel_angel_nogueras.pdf
- Constitucion delEcuador. (2011). *Constitucion del Ecuador*. Ecuador.
- Falcón, P. (2013). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL BARRIO LA MERCED, CANTÓN PUJILÌ, PROVINCIA DE COTOPAXI*. Latacunga.
- Fernández Fernández, A. -F. (2019). *Paisajes y turismo* (Vol. 0). UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia. Obtenido de Fernández Fernández, A. y Fernández Portela, J. (2019). Paisajes y turismo. UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia. <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/123521>
- Ibáñez, R. (julio de 2011). *TURyDES*. Obtenido de PESCA DEPORTIVA-RECREATIVA COMO UN ATRACTIVO TURÍSTICO EN MÉXICO. CARACTERIZACIÓN, ESTIMACIÓN DE SU DEMANDA FUTURA Y EFECTO MULTIPLICADOR A OTROS SECTORES: <https://www.eumed.net/rev/turydes/10/ri.htm>
- Koto, E. (17 de 12 de 2020). *questionpro*. Obtenido de .questionpro: <https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html>
- Losano, P. (2 de enero de 2016). *Oferta de alojamientos turísticos en la Provincia del*. Obtenido de <http://oaji.net/articles/2017/3377-1486954668.pdf>

- Ministerio, T. (6 de 4 de 2018). <https://www.turismo.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/>: <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-megadiverso-y-unico-en-el-centro-del-mundo/>
- Morales, F. (. (1 de 11 de 2018). <https://scholar.google.es/>. Obtenido de <https://scholar.google.es/>: https://www.ucipfg.com/Repositorio/MSCG/Practica_independiente/UNIDAD1/Tipos%20de%20investigaci%C3%B3n.docx
- Organization, W. T. (11 de 11 de 2008). <https://www.unwto.org/>. Obtenido de <https://www.unwto.org/>: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Ortiz Daza, D. A. (2018). *Cabañas Suspendidas Turísticas*. La Paz- Bolivia: <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/22060>.
- Proactiu, T. (2018). *¿Por Qué es Popular el Camping?* Obtenido de <http://www.turismeproactiu.com/es/por-que-es-popular-el-camping/>
- Reglamento de Alojamiento Turístico. (2016). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Ecuador.
- SECTUR. (2011). *Pesca Deportivo-Recreativa*. Obtenido de <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/pesca-deportivo-recreativa>
- Tambo, G. A. (15 de 10 de 2015). app.sni.gob.ec. Obtenido de app.sni.gob.ec: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0860031630001_PDOT%20Parroquial%20Alto%20Tambo%20%202016-2019%206_30-10-2015_14-22-00.pdf
- Turismo, M. d. (6 de Enero de 2015). www.turismo.gob.ec. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>
- TURISMO, M. D. (18 de febrero de 2016). *REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURISTICO*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp->

content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf

Turístico, E. (2020). *Entorno Turístico*. Obtenido de ¿Cuáles son los tipos de turismo que existen?: <https://www.entornoturistico.com/cuales-son-los-tipos-de-turismo-que-existen/>

Urquiza, J. (2012). *PLANIFICACIÓN Y DISEÑO DE UN CENTRO RECREACIONAL TURÍSTICO EN LA FINCA LA AMBATEÑITA, PARROQUIA BELLAVISTA, CANTÓN SANTA CRUZ, PROVINCIA DE GALÁPAGOS. RIOBAMBA.* Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2192/1/23T0332%20.pdf>

ANEXOS

Porcentaje de urkund

ANEXO 1



Document Information

Analyzed document	1.-TESIS-MIGUEL-CORRECCION-5.docx (D101878217)
Submitted	4/16/2021 3:41:00 PM
Submitted by	
Submitter email	mamejam@utn.edu.ec
Similarity	2%
Analysis address	fecruzg.utn@analysis.urkund.com

Etapa de Construcción

Actividades: Instalación del campamento

ANEXO 2

Evaluación Impactos Ambientales con el metodo de Conesa									Etapa de construcción						
Actividades: Instalación del campamento															
MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES	IMPACTO	NAT	IN(x3)	EX(x2)	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	IMPORTANCIA	IMPACTO
Biófísico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)	NEGATIVO (-)	2	2	4	2	2	2	1	4	2	4	31	
	Suelo	Compactación del suelo	NEGATIVO (-)	2	1	4	2	2	2	1	4	1	2	26	
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	NEGATIVO (-)	1	2	4	4	2	2	1	4	2	2	28	
Biótico	Flora	Pérdida la cubierta vegetal	NEGATIVO (-)	4	2	4	4	2	2	1	4	2	2	37	
	Fauna	Perturbación de las especies	NEGATIVO (-)	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	46	
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	NEGATIVO (-)	2	2	4	2	2	2	4	4	4	4	36	
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	POSITIVO (+)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	

Actividades: Nivelación del suelo

ANEXO 3

Evaluación Impactos Ambientales con el metodo de Conesa									Etapa de construcción						
Actividades: Nivelación del suelo															
MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES	IMPACTO	NAT	IN(x3)	EX(x2)	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	MPORTANCIA	IMPACTO
Biofísico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	44	4	2	4	72	
	Suelo	Compactación del suelo	NEGATIVO (-)	4	2	4	2	2	2	1	4	2	2	35	
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	4	2	2	27	
Biótico	Flora	Pérdida la cubierta vegetal	NEGATIVO (-)	4	2	4	2	2	2	1	4	2	4	37	
	Fauna	Perturbación de las especies	NEGATIVO (-)	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	46	
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	NEGATIVO (-)	2	2	2	4	4	2	4	4	4	4	38	
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	POSITIVO (+)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	

Actividades: Limpieza de área y despalme

ANEXO 4

Evaluación Impactos Ambientales con el metodo de Conesa									Etapa de construcción						
Actividades: Limpieza de área y despalme															
MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES	IMPACTO	NAT	IN(x3)	EX(x2)	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	MPORTANCIA	IMPACTO
Biofísico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)	NEGATIVO (-)	2	4	2	2	2	2	1	4	2	4	33	
	Suelo	Compactación del suelo	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	4	2	2	27	
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	4	2	2	27	
Biótico	Flora	Pérdida la cubierta vegetal	NEGATIVO (-)	4	4	4	2	2	2	1	4	4	4	43	
	Fauna	Perturbación de las especies	NEGATIVO (-)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	NEGATIVO (-)	2	2	2	4	4	2	4	4	4	4	38	
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	POSITIVO (+)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	

Actividades: Uso de maquinaria pesada

ANEXO 5

Evaluación Impactos Ambientales con el metodo de Conesa									Etapa de construcción						
Actividades: Uso de maquinaria pesada															
MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES	IMPACTO	NAT	IN(x3)	EX(x2)	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	IMPORTANCI	IMPACTO
Biófísico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)	NEGATIVO (-)	2	4	4	2	2	2	4	1	2	4	35	
	Suelo	Compactación del suelo	NEGATIVO (-)	4	2	4	2	2	2	1	4	2	4	37	
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	24	
Biótico	Flora	Pérdida la cubierta vegetal	NEGATIVO (-)	4	2	2	2	2	2	1	4	2	4	35	
	Fauna	Perturbación de las especies	NEGATIVO (-)	4	4	4	2	4	2	4	4	2	4	46	
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	NEGATIVO (-)	2	2	2	4	4	2	4	4	2	4	36	
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	POSITIVO (+)	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	44	

Actividades: Construcción de recepción y restaurante

ANEXO 6

Evaluación Impactos Ambientales con el metodo de Conesa									Etapa de construcción						
Actividades: Construcción de recepción y restaurante															
MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES	IMPACTO	NAT	IN(x3)	EX(x2)	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	IMPORTANCI	IMPACTO
Biófísico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)	NEGATIVO (-)	2	4	2	2	2	2	1	1	2	4	30	
	Suelo	Compactación del suelo	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	30	
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	24	
Biótico	Flora	Pérdida la cubierta vegetal	NEGATIVO (-)	4	2	2	2	2	2	1	4	2	4	35	
	Fauna	Perturbación de las especies	NEGATIVO (-)	4	4	4	2	4	2	4	4	2	4	46	
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	NEGATIVO (-)	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	48	
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	POSITIVO (+)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	

Actividades: Construcción de cabañas

ANEXO 7

Evaluación Impactos Ambientales con el metodo de Conesa									Etapa de construcción						
Actividades: Construcción de cabañas															
MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES	IMPACTO	NAT	IN(x3)	EX(x2)	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	IMPORTANCI	IMPACTO
Biófísico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)	NEGATIVO (-)	2	4	2	2	2	2	1	1	2	4	30	
	Suelo	Compactación del suelo	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	30	
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	24	
Biótico	Flora	Pérdida la cubierta vegetal	NEGATIVO (-)	4	2	2	2	2	2	1	4	2	4	35	
	Fauna	Perturbación de las especies	NEGATIVO (-)	4	4	4	2	4	2	4	4	2	4	46	
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	NEGATIVO (-)	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	48	
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	POSITIVO (+)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	

Actividades: Construcción de juegos infantiles

ANEXO 8

Evaluación Impactos Ambientales con el metodo de Conesa									Etapa de construcción						
Actividades: Construcción de juegos infantiles															
MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES	IMPACTO	NAT	IN(x3)	EX(x2)	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	IMPORTANCIA	IMPACTO
Biófísico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)	NEGATIVO (-)	2	4	2	2	2	2	1	1	2	4	30	
	Suelo	Compactación del suelo	NEGATIVO (-)	2	2	4	4	4	2	1	4	4	4	37	
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	24	
Biótico	Flora	Pérdida la cubierta vegetal	NEGATIVO (-)	4	2	2	2	2	2	1	4	2	4	35	
	Fauna	Perturbación de las especies	NEGATIVO (-)	4	2	4	2	4	2	4	4	2	4	42	
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	NEGATIVO (-)	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	44	
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	POSITIVO (+)	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	46	

Actividades: Construcción áreas deportivas (chanchas de Voleibol y futbol)

ANEXO 9

Evaluación Impactos Ambientales con el metodo de Conesa									Etapa de construcción						
Actividades: Construcción áreas deportivas (chanchas de Voleibol y futbol)															
MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES	IMPACTO	NAT	IN(x3)	EX(x2)	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	IMPORTANCIA	IMPACTO
Biófísico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)	NEGATIVO (-)	2	4	2	2	4	2	1	1	2	4	32	
	Suelo	Compactación del suelo	NEGATIVO (-)	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	46	
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	24	
Biótico	Flora	Pérdida la cubierta vegetal	NEGATIVO (-)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	
	Fauna	Perturbación de las especies	NEGATIVO (-)	4	4	4	2	4	2	1	4	2	4	43	
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	NEGATIVO (-)	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	46	
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	POSITIVO (+)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	

Actividades: Desbroce de las orillas de los vados para ampliación

ANEXO 10

Evaluación Impactos Ambientales con el metodo de Conesa									Etapa de construcción						
Actividades: Desbroce de las orillas de los vados para ampliación															
MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES	IMPACTO	NAT	IN(x3)	EX(x2)	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	IMPORTANCIA	IMPACTO
Biófico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)	NEGATIVO (-)	4	4	4	2	4	4	1	4	4	4	47	
	Suelo	Compactación del suelo	NEGATIVO (-)	2	1	4	4	4	2	4	4	2	4	36	
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	24	
Biótico	Flora	Pérdida la cubierta vegetal	NEGATIVO (-)	4	1	2	2	2	2	4	4	2	4	36	
	Fauna	Perturbación de las especies	NEGATIVO (-)	4	2	4	2	4	2	4	4	2	4	42	
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	NEGATIVO (-)	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	46	
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	POSITIVO (+)	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	46	

Actividades: Construcción de establo para especies exóticas (gallinas criollas, pavos, cerdos, vacas)

ANEXO 11

Evaluación Impactos Ambientales con el metodo de Conesa									Etapa de construcción						
Actividades: Construcción de establo para especies exóticas (gallinas criollas, pavos, cerdos,															
MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES	IMPACTO	NAT	IN(x3)	EX(x2)	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	IMPORTANCIA	IMPACTO
Biófico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)	NEGATIVO (-)	2	4	2	2	2	2	1	1	2	4	30	
	Suelo	Compactación del suelo	NEGATIVO (-)	4	1	4	4	4	2	4	4	4	4	44	
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	24	
Biótico	Flora	Pérdida la cubierta vegetal	NEGATIVO (-)	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	44	
	Fauna	Perturbación de las especies	NEGATIVO (-)	4	2	4	2	4	2	4	4	4	4	44	
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	NEGATIVO (-)	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	46	
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	POSITIVO (+)	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	46	

Actividades: Construcción de piscina para piscicultura

ANEXO 12

Evaluación Impactos Ambientales con el metodo de Conesa									Etapa de construcción						
Actividades: Construcción de piscina para piscicultura															
MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES	IMPACTO	NAT	IN(x3)	EX(x2)	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	IMPORTANCI	IMPACTO
Biófísico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hidricas, agua dulce)	NEGATIVO (-)	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	44	
	Suelo	Compactación del suelo	NEGATIVO (-)	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	46	
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	24	
Biótico	Flora	Pérdida la cubierta vegetal	NEGATIVO (-)	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4	42	
	Fauna	Perturbación de las especies	NEGATIVO (-)	4	2	4	2	4	2	1	4	2	4	39	
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	NEGATIVO (-)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	POSITIVO (+)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	

Actividades: Limpieza del área (desechos, escombros y materiales de construcción

ANEXO 13

Evaluación Impactos Ambientales con el metodo de Conesa									Etapa de construcción						
Actividades: Limpieza del área (desechos, escombros y materiales de construcción															
MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES	IMPACTO	NAT	IN(x3)	EX(x2)	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	IMPORTANCI	IMPACTO
Biófísico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hidricas, agua dulce)	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	1	1	4	25	
	Suelo	Compactación del suelo	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	4	1	2	26	
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	NEGATIVO (-)	4	2	2	2	2	2	1	4	1	4	34	
Biótico	Flora	Pérdida la cubierta vegetal	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	1	1	4	25	
	Fauna	Perturbación de las especies	NEGATIVO (-)	2	2	4	2	4	2	1	4	1	4	32	
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	4	2	4	4	2	4	34	
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	POSITIVO (+)	4	2	2	2	4	2	4	4	4	4	42	

Etapa de Operación

Actividades: Servicio de alojamiento

ANEXO 14

Evaluación Impactos Ambientales con el metodo de Conesa									Etapa de operación						
Actividades: Servicio de alojamiento															
MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES	IMPACTO	NAT	IN(x3)	EX(x2)	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	IMPORTANCIA	IMPACTO
Biófísico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)	NEGATIVO (-)	4	2	4	4	2	2	4	4	4	4	44	
	Suelo	Compactación del suelo	NEGATIVO (-)	2	4	2	4	2	2	4	4	4	4	40	
	Atmósfera	Esporcimiento de partículas de polvo	NEGATIVO (-)	2	2	2	4	2	2	1	1	2	4	28	
Biótico	Flora	Pérdida la cubierta vegetal	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	1	2	4	26	
	Fauna	Perturbación de las especies	NEGATIVO (-)	2	2	4	4	4	2	4	4	4	4	40	
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	NEGATIVO (-)	4	2	2	2	4	2	1	1	2	4	34	
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	POSITIVO (+)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	
		Generación de residuos	NEGATIVO (-)	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	44	
	Restauración	Crecimiento económico	POSITIVO (+)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	
		Aprovechamiento de productos locales para la elaboración de platos	POSITIVO (+)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	
	Áreas deportivas	Generación del ruido por deportistas	NEGATIVO (-)	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	44	

Actividades: Servicio de alimentación

ANEXO 15

Evaluación Impactos Ambientales con el metodo de Conesa									Etapa de operación						
Actividades: Servicio de alimentación															
MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES	IMPACTO	NAT	IN(x3)	EX(x2)	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	IMPORTANCIA	IMPACTO
Biófísico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)	NEGATIVO (-)	4	2	2	4	2	2	4	4	4	4	42	
	Suelo	Compactación del suelo	NEGATIVO (-)	2	2	2	4	2	2	4	4	4	4	36	
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	24	
Biótico	Flora	Pérdida la cubierta vegetal	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	24	
	Fauna	Perturbación de las especies	NEGATIVO (-)	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	46	
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	1	2	4	26	
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	POSITIVO (+)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	
		Generación de residuos	NEGATIVO (-)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	
	Restauración	Crecimiento económico	POSITIVO (+)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	
		Aprovechamiento de productos locales para la elaboración de plato nacionales	POSITIVO (+)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	
		Áreas deportivas	Generación del ruido por deportistas	NEGATIVO (-)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50

Actividades: Servicio de eventos y congresos

ANEXO 16

Evaluación Impactos Ambientales con el metodo de Conesa									Etapa de operación						
Actividades: Servicio de eventos y congresos															
MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES	IMPACTO	NAT	IN(x3)	EX(x2)	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	IMPORTANCIA	IMPACTO
Biófísico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)	NEGATIVO (-)	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4	42	
	Suelo	Compactación del suelo	NEGATIVO (-)	4	2	2	4	2	2	4	4	2	4	40	
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	24	
Biótico	Flora	Pérdida la cubierta vegetal	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	24	
	Fauna	Perturbación de las especies	NEGATIVO (-)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	NEGATIVO (-)	2	2	2	4	2	2	1	1	2	4	28	
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	POSITIVO (+)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	
		Generación de residuos	NEGATIVO (-)	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	46	
	Restauración	Crecimiento económico	POSITIVO (+)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	
		Aprovechamiento de productos locales para la elaboración de plato nacionales	POSITIVO (+)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	
		Áreas deportivas	Generación del ruido por deportistas	NEGATIVO (-)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50

Actividades: Servicio de parqueadero

ANEXO 17

Evaluación Impactos Ambientales con el metodo de Conesa									Etapa de operación						
Actividades:Servicio de parqueadero															
MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES	IMPACTO	NAT	IN(x3)	EX(x2)	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	IMPORTANCIA	IMPACTO
Biófísico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	4	1	4	4	31	
	Suelo	Compactación del suelo	NEGATIVO (-)	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	48	
	Atmósfera	Esporcimiento de partículas de polvo	NEGATIVO (-)	2	2	2	1	2	2	4	1	2	2	26	
Biótico	Flora	Pérdida la cubierta vegetal	NEGATIVO (-)	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	22	
	Fauna	Perturbación de las especies	NEGATIVO (-)	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	48	
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	24	
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	POSITIVO (+)	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	48	
		Generación de residuos	NEGATIVO (-)	2	4	2	1	2	2	4	1	4	4	34	
	Restauración	Crecimiento económico	POSITIVO (+)	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	48	
		Aprovechamiento de productos locales para la elaboración de plato nacionales	POSITIVO (+)	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	16	
		Áreas deportivas	Generación del ruido por deportistas	NEGATIVO (-)	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	22

Actividades: servicio de áreas deportivas

ANEXO 18

Evaluación Impactos Ambientales con el metodo de Conesa									Etapa de operación						
Actividades:servicio de áreas deportivas															
MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES	IMPACTO	NAT	IN(x3)	EX(x2)	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	IMPORTANCIA	IMPACTO
Biófísico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)	NEGATIVO (-)	2	2	2	4	2	2	4	1	4	2	31	
	Suelo	Compactación del suelo	NEGATIVO (-)	4	4	2	4	2	2	4	4	4	4	46	
	Atmósfera	Esporcimiento de partículas de polvo	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	23	
Biótico	Flora	Pérdida la cubierta vegetal	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	1	1	4	25	
	Fauna	Perturbación de las especies	NEGATIVO (-)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	23	
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	POSITIVO (+)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	
		Generación de residuos	NEGATIVO (-)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	
	Restauración	Crecimiento económico	POSITIVO (+)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	
		Aprovechamiento de productos locales para la elaboración de plato nacionales	POSITIVO (+)	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	23	
		Áreas deportivas	Generación del ruido por deportistas	NEGATIVO (-)	8	4	4	4	4	2	4	4	4	4	62

Actividades: Servicio de pesca deportiva

ANEXO 19

Evaluación Impactos Ambientales con el metodo de Conesa									Etapa de operación							
Actividades:Servicio de pesca deportiva																
MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES	IMPACTO	NAT	IN(x3)	EX(x2)	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	MPORTANCI	IMPACTO	
Biófísico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)	NEGATIVO (-)	4	2	4	4	2	2	4	4	4	4	44		
	Suelo	Compactación del suelo	NEGATIVO (-)	2	2	2	4	2	2	4	4	4	4	36		
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	23		
Biótico	Flora	Pérdida la cubierta vegetal	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	23		
	Fauna	Perturbación de las especies	NEGATIVO (-)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50		
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	NEGATIVO (-)	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	23		
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	POSITIVO (+)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50		
		Generación de residuos	NEGATIVO (-)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50		
	Restauración	Crecimiento económico	POSITIVO (+)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50		
		Aprovechamiento de productos locales para la elaboración de plato nacionales	POSITIVO (+)	4	4	4	4	4	2	4	1	4	4	4	47	
		Áreas deportivas	Generación del ruido por deportistas	NEGATIVO (-)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	

Actividades: Servicio de balneario

ANEXO 20

Evaluación Impactos Ambientales con el metodo de Conesa									Etapa de operación							
Actividades:Servicio de balneario																
MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES	IMPACTO	NAT	IN(x3)	EX(x2)	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	MPORTANCI	IMPACTO	
Biófísico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)	NEGATIVO (-)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50		
	Suelo	Compactación del suelo	NEGATIVO (-)	2	2	2	4	2	2	4	4	4	4	36		
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	NEGATIVO (-)	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	23		
Biótico	Flora	Pérdida la cubierta vegetal	NEGATIVO (-)	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	23		
	Fauna	Perturbación de las especies	NEGATIVO (-)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50		
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	NEGATIVO (-)	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	23		
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	POSITIVO (+)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50		
		Generación de residuos	NEGATIVO (-)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50		
	Restauración	Crecimiento económico	POSITIVO (+)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50		
		Aprovechamiento de productos locales para la elaboración de plato nacionales	POSITIVO (+)	4	2	4	4	4	2	4	1	4	4	4	43	
		Áreas deportivas	Generación del ruido por deportistas	NEGATIVO (-)	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	50	

DETALLE DEL ESTADO FINANCIERO

ANEXO 21

	Plazo (Meses, semanas, días)	Saldo insoluto	Pago mensual total	Capital	Intereses	
120	1	\$238.673,82	\$3.418,60	\$1.051,32	2.367,29	0,00
239.725	2	\$237.612,12	\$3.418,60	\$1.061,70	2.356,90	0,00
11,85%	3	\$236.539,94	\$3.418,60	\$1.072,18	2.346,42	0,00
	4	\$235.457,16	\$3.418,60	\$1.082,77	2.335,83	0,00
	5	\$234.363,70	\$3.418,60	\$1.093,46	2.325,14	0,00
0,99%	6	\$233.259,44	\$3.418,60	\$1.104,26	2.314,34	0,00
\$3.418,60	7	\$232.144,27	\$3.418,60	\$1.115,17	2.303,44	0,00
	8	\$231.018,09	\$3.418,60	\$1.126,18	2.292,42	0,00
	9	\$229.880,79	\$3.418,60	\$1.137,30	2.281,30	0,00
	10	\$228.732,26	\$3.418,60	\$1.148,53	2.270,07	0,00
	11	\$227.572,39	\$3.418,60	\$1.159,87	2.258,73	0,00
	12	\$226.401,06	\$3.418,60	\$1.171,33	2.247,28	0,00
	13	\$225.218,16	\$3.418,60	\$1.182,89	2.235,71	0,00
	14	\$224.023,59	\$3.418,60	\$1.194,57	2.224,03	0,00
	15	\$222.817,22	\$3.418,60	\$1.206,37	2.212,23	0,00
	16	\$221.598,93	\$3.418,60	\$1.218,28	2.200,32	0,00
	17	\$220.368,62	\$3.418,60	\$1.230,31	2.188,29	0,00
	18	\$219.126,16	\$3.418,60	\$1.242,46	2.176,14	0,00
	19	\$217.871,42	\$3.418,60	\$1.254,73	2.163,87	0,00
	20	\$216.604,30	\$3.418,60	\$1.267,12	2.151,48	0,00
	21	\$215.324,66	\$3.418,60	\$1.279,64	2.138,97	0,00
	22	\$214.032,39	\$3.418,60	\$1.292,27	2.126,33	0,00
	23	\$212.727,35	\$3.418,60	\$1.305,03	2.113,57	0,00
	24	\$211.409,43	\$3.418,60	\$1.317,92	2.100,68	0,00
	25	\$210.078,50	\$3.418,60	\$1.330,94	2.087,67	0,00
	26	\$208.734,42	\$3.418,60	\$1.344,08	2.074,53	0,00
	27	\$207.377,07	\$3.418,60	\$1.357,35	2.061,25	0,00
	28	\$206.006,31	\$3.418,60	\$1.370,76	2.047,85	0,00
	29	\$204.622,02	\$3.418,60	\$1.384,29	2.034,31	0,00
	30	\$203.224,06	\$3.418,60	\$1.397,96	2.020,64	0,00
	31	\$201.812,29	\$3.418,60	\$1.411,77	2.006,84	0,00
	32	\$200.386,58	\$3.418,60	\$1.425,71	1.992,90	0,00
	33	\$198.946,79	\$3.418,60	\$1.439,79	1.978,82	0,00
	34	\$197.492,79	\$3.418,60	\$1.454,00	1.964,60	0,00
	35	\$196.024,43	\$3.418,60	\$1.468,36	1.950,24	0,00
	36	\$194.541,56	\$3.418,60	\$1.482,86	1.935,74	0,00
	37	\$193.044,06	\$3.418,60	\$1.497,51	1.921,10	0,00

	38	\$191.531,76	\$3.418,60	\$1.512,29	1.906,31	0,00
	39	\$190.004,54	\$3.418,60	\$1.527,23	1.891,38	0,00
	40	\$188.462,23	\$3.418,60	\$1.542,31	1.876,29	0,00
	41	\$186.904,69	\$3.418,60	\$1.557,54	1.861,06	0,00
	42	\$185.331,77	\$3.418,60	\$1.572,92	1.845,68	0,00
	43	\$183.743,31	\$3.418,60	\$1.588,45	1.830,15	0,00
	44	\$182.139,17	\$3.418,60	\$1.604,14	1.814,47	0,00
	45	\$180.519,19	\$3.418,60	\$1.619,98	1.798,62	0,00
	46	\$178.883,22	\$3.418,60	\$1.635,98	1.782,63	0,00
	47	\$177.231,08	\$3.418,60	\$1.652,13	1.766,47	0,00
	48	\$175.562,64	\$3.418,60	\$1.668,45	1.750,16	0,00
	49	\$173.877,71	\$3.418,60	\$1.684,92	1.733,68	0,00
	50	\$172.176,15	\$3.418,60	\$1.701,56	1.717,04	0,00
	51	\$170.457,79	\$3.418,60	\$1.718,36	1.700,24	0,00
	52	\$168.722,45	\$3.418,60	\$1.735,33	1.683,27	0,00
	53	\$166.969,98	\$3.418,60	\$1.752,47	1.666,13	0,00
	54	\$165.200,21	\$3.418,60	\$1.769,78	1.648,83	0,00
	55	\$163.412,96	\$3.418,60	\$1.787,25	1.631,35	0,00
	56	\$161.608,06	\$3.418,60	\$1.804,90	1.613,70	0,00
	57	\$159.785,33	\$3.418,60	\$1.822,72	1.595,88	0,00
	58	\$157.944,61	\$3.418,60	\$1.840,72	1.577,88	0,00
	59	\$156.085,71	\$3.418,60	\$1.858,90	1.559,70	0,00
	60	\$154.208,45	\$3.418,60	\$1.877,26	1.541,35	0,00
	61	\$152.312,65	\$3.418,60	\$1.895,80	1.522,81	0,00
	62	\$150.398,13	\$3.418,60	\$1.914,52	1.504,09	0,00
	63	\$148.464,71	\$3.418,60	\$1.933,42	1.485,18	0,00
	64	\$146.512,20	\$3.418,60	\$1.952,52	1.466,09	0,00
	65	\$144.540,40	\$3.418,60	\$1.971,80	1.446,81	0,00
	66	\$142.549,13	\$3.418,60	\$1.991,27	1.427,34	0,00
	67	\$140.538,20	\$3.418,60	\$2.010,93	1.407,67	0,00
	68	\$138.507,41	\$3.418,60	\$2.030,79	1.387,81	0,00
	69	\$136.456,57	\$3.418,60	\$2.050,84	1.367,76	0,00
	70	\$134.385,47	\$3.418,60	\$2.071,10	1.347,51	0,00
	71	\$132.293,93	\$3.418,60	\$2.091,55	1.327,06	0,00
	72	\$130.181,72	\$3.418,60	\$2.112,20	1.306,40	0,00
	73	\$128.048,66	\$3.418,60	\$2.133,06	1.285,54	0,00
	74	\$125.894,54	\$3.418,60	\$2.154,12	1.264,48	0,00
	75	\$123.719,14	\$3.418,60	\$2.175,40	1.243,21	0,00
	76	\$121.522,27	\$3.418,60	\$2.196,88	1.221,73	0,00
	77	\$119.303,70	\$3.418,60	\$2.218,57	1.200,03	0,00
	78	\$117.063,21	\$3.418,60	\$2.240,48	1.178,12	0,00
	79	\$114.800,61	\$3.418,60	\$2.262,60	1.156,00	0,00
	80	\$112.515,66	\$3.418,60	\$2.284,95	1.133,66	0,00

	81	\$110.208,15	\$3.418,60	\$2.307,51	1.111,09	0,00
	82	\$107.877,85	\$3.418,60	\$2.330,30	1.088,31	0,00
	83	\$105.524,54	\$3.418,60	\$2.353,31	1.065,29	0,00
	84	\$103.147,99	\$3.418,60	\$2.376,55	1.042,05	0,00
	85	\$100.747,97	\$3.418,60	\$2.400,02	1.018,59	0,00
	86	\$98.324,26	\$3.418,60	\$2.423,72	994,89	0,00
	87	\$95.876,60	\$3.418,60	\$2.447,65	970,95	0,00
	88	\$93.404,78	\$3.418,60	\$2.471,82	946,78	0,00
	89	\$90.908,55	\$3.418,60	\$2.496,23	922,37	0,00
	90	\$88.387,67	\$3.418,60	\$2.520,88	897,72	0,00
	91	\$85.841,89	\$3.418,60	\$2.545,78	872,83	0,00
	92	\$83.270,97	\$3.418,60	\$2.570,92	847,69	0,00
	93	\$80.674,67	\$3.418,60	\$2.596,30	822,30	0,00
	94	\$78.052,73	\$3.418,60	\$2.621,94	796,66	0,00
	95	\$75.404,90	\$3.418,60	\$2.647,83	770,77	0,00
	96	\$72.730,92	\$3.418,60	\$2.673,98	744,62	0,00
	97	\$70.030,53	\$3.418,60	\$2.700,39	718,22	0,00
	98	\$67.303,48	\$3.418,60	\$2.727,05	691,55	0,00
	99	\$64.549,49	\$3.418,60	\$2.753,98	664,62	0,00
	100	\$61.768,32	\$3.418,60	\$2.781,18	637,43	0,00
	101	\$58.959,67	\$3.418,60	\$2.808,64	609,96	0,00
	102	\$56.123,30	\$3.418,60	\$2.836,38	582,23	0,00
	103	\$53.258,91	\$3.418,60	\$2.864,39	554,22	0,00
	104	\$50.366,24	\$3.418,60	\$2.892,67	525,93	0,00
	105	\$47.445,00	\$3.418,60	\$2.921,24	497,37	0,00
	106	\$44.494,91	\$3.418,60	\$2.950,08	468,52	0,00
	107	\$41.515,70	\$3.418,60	\$2.979,22	439,39	0,00
	108	\$38.507,06	\$3.418,60	\$3.008,64	409,97	0,00
	109	\$35.468,71	\$3.418,60	\$3.038,35	380,26	0,00
	110	\$32.400,36	\$3.418,60	\$3.068,35	350,25	0,00
	111	\$29.301,71	\$3.418,60	\$3.098,65	319,95	0,00
	112	\$26.172,46	\$3.418,60	\$3.129,25	289,35	0,00
	113	\$23.012,31	\$3.418,60	\$3.160,15	258,45	0,00
	114	\$19.820,95	\$3.418,60	\$3.191,36	227,25	0,00
	115	\$16.598,08	\$3.418,60	\$3.222,87	195,73	0,00
	116	\$13.343,38	\$3.418,60	\$3.254,70	163,91	0,00
	117	\$10.056,55	\$3.418,60	\$3.286,84	131,77	0,00
	118	\$6.737,25	\$3.418,60	\$3.319,30	99,31	0,00
	119	\$3.385,18	\$3.418,60	\$3.352,07	66,53	0,00
	120	\$0,00	\$3.418,60	\$3.385,18	33,43	0,00
	121	-\$3.418,60	\$3.418,60	\$3.418,60	0,00	0,00
	122	-\$6.870,97	\$3.418,60	\$3.452,36	-33,76	0,00
	123	-\$10.357,42	\$3.418,60	\$3.486,46	-67,85	0,00

	124	-\$13.878,31	\$3.418,60	\$3.520,88	-102,28	0,00
	125	-\$17.433,96	\$3.418,60	\$3.555,65	-137,05	0,00
	126	-\$21.024,72	\$3.418,60	\$3.590,76	-172,16	0,00
	127	-\$24.650,95	\$3.418,60	\$3.626,22	-207,62	0,00

Tabla de amortización

ANEXO 22

LÍNEA	UNIDADES	C. VARIABLE	C. FIJO + inversión	C. TOTALES	INGRESOS
1	0	0,00	\$616.157,14	616157,14	0,00
2	1000	5517,54	\$616.157,14	621674,68	12037,04
3	2000	11035,09	\$616.157,14	627192,23	24074,07
4	3000	16552,63	\$616.157,14	632709,77	36111,11
5	4000	22070,18	\$616.157,14	638227,32	48148,15
6	5000	27587,72	\$616.157,14	643744,86	60185,19
7	6000	33105,26	\$616.157,14	649262,40	72222,22
8	7000	38622,81	\$616.157,14	654779,95	84259,26
9	8000	44140,35	\$616.157,14	660297,49	96296,30
10	9000	49657,89	\$616.157,14	665815,03	108333,33
11	10000	55175,44	\$616.157,14	671332,58	120370,37
12	11000	60692,98	\$616.157,14	676850,12	132407,41
13	12000	66210,53	\$616.157,14	682367,67	144444,44
14	13000	71728,07	\$616.157,14	687885,21	156481,48
15	14000	77245,61	\$616.157,14	693402,75	168518,52
16	15000	82763,16	\$616.157,14	698920,30	180555,56
17	16000	88280,70	\$616.157,14	704437,84	192592,59
18	17000	93798,25	\$616.157,14	709955,39	204629,63
19	18000	99315,79	\$616.157,14	715472,93	216666,67
20	19000	104833,33	\$616.157,14	720990,47	228703,70
21	20000	110350,88	\$616.157,14	726508,02	240740,74
22	21000	115868,42	\$616.157,14	732025,56	252777,78
23	22000	121385,96	\$616.157,14	737543,10	264814,81
24	23000	126903,51	\$616.157,14	743060,65	276851,85
25	24000	132421,05	\$616.157,14	748578,19	288888,89
26	25000	137938,60	\$616.157,14	754095,74	300925,93
27	26000	143456,14	\$616.157,14	759613,28	312962,96
28	27000	148973,68	\$616.157,14	765130,82	325000,00
29	28000	154491,23	\$616.157,14	770648,37	337037,04
30	29000	160008,77	\$616.157,14	776165,91	349074,07
31	30000	165526,32	\$616.157,14	781683,46	361111,11

32	31000	171043,86	\$616.157,14	787201,00	373148,15
33	32000	176561,40	\$616.157,14	792718,54	385185,19
34	33000	182078,95	\$616.157,14	798236,09	397222,22
35	34000	187596,49	\$616.157,14	803753,63	409259,26
36	35000	193114,04	\$616.157,14	809271,18	421296,30
37	36000	198631,58	\$616.157,14	814788,72	433333,33
38	37000	204149,12	\$616.157,14	820306,26	445370,37
39	38000	209666,67	\$616.157,14	825823,81	457407,41
40	39000	215184,21	\$616.157,14	831341,35	469444,44
41	40000	220701,75	\$616.157,14	836858,89	481481,48
42	41000	226219,30	\$616.157,14	842376,44	493518,52
43	42000	231736,84	\$616.157,14	847893,98	505555,56
44	43000	237254,39	\$616.157,14	853411,53	517592,59
45	44000	242771,93	\$616.157,14	858929,07	529629,63
46	45000	248289,47	\$616.157,14	864446,61	541666,67
47	46000	253807,02	\$616.157,14	869964,16	553703,70
48	47000	259324,56	\$616.157,14	875481,70	565740,74
49	48000	264842,11	\$616.157,14	880999,25	577777,78
50	49000	270359,65	\$616.157,14	886516,79	589814,81
51	50000	275877,19	\$616.157,14	892034,33	601851,85
52	51000	281394,74	\$616.157,14	897551,88	613888,89
53	52000	286912,28	\$616.157,14	903069,42	625925,93
54	53000	292429,82	\$616.157,14	908586,96	637962,96
55	54000	297947,37	\$616.157,14	914104,51	650000,00
56	55000	303464,91	\$616.157,14	919622,05	662037,04
57	56000	308982,46	\$616.157,14	925139,60	674074,07
58	57000	314500,00	\$616.157,14	930657,14	686111,11
59	58000	320017,54	\$616.157,14	936174,68	698148,15
60	59000	325535,09	\$616.157,14	941692,23	710185,19
61	60000	331052,63	\$616.157,14	947209,77	722222,22
62	61000	336570,18	\$616.157,14	952727,32	734259,26
63	62000	342087,72	\$616.157,14	958244,86	746296,30
64	63000	347605,26	\$616.157,14	963762,40	758333,33
65	64000	353122,81	\$616.157,14	969279,95	770370,37
66	65000	358640,35	\$616.157,14	974797,49	782407,41
67	66000	364157,89	\$616.157,14	980315,03	794444,44
68	67000	369675,44	\$616.157,14	985832,58	806481,48
69	68000	375192,98	\$616.157,14	991350,12	818518,52
70	69000	380710,53	\$616.157,14	996867,67	830555,56
71	70000	386228,07	\$616.157,14	1002385,21	842592,59
72	71000	391745,61	\$616.157,14	1007902,75	854629,63

73	72000	397263,16	\$616.157,14	1013420,30	866666,67
74	73000	402780,70	\$616.157,14	1018937,84	878703,70
75	74000	408298,25	\$616.157,14	1024455,39	890740,74
76	75000	413815,79	\$616.157,14	1029972,93	902777,78
77	76000	419333,33	\$616.157,14	1035490,47	914814,81
78	77000	424850,88	\$616.157,14	1041008,02	926851,85
79	78000	430368,42	\$616.157,14	1046525,56	938888,89
80	79000	435885,96	\$616.157,14	1052043,10	950925,93
81	80000	441403,51	\$616.157,14	1057560,65	962962,96
82	81000	446921,05	\$616.157,14	1063078,19	975000,00
83	82000	452438,60	\$616.157,14	1068595,74	987037,04
84	83000	457956,14	\$616.157,14	1074113,28	999074,07
85	84000	463473,68	\$616.157,14	1079630,82	1011111,11
86	85000	468991,23	\$616.157,14	1085148,37	1023148,15
87	86000	474508,77	\$616.157,14	1090665,91	1035185,19
88	87000	480026,32	\$616.157,14	1096183,46	1047222,22
89	88000	485543,86	\$616.157,14	1101701,00	1059259,26
90	89000	491061,40	\$616.157,14	1107218,54	1071296,30
91	90000	496578,95	\$616.157,14	1112736,09	1083333,33
92	91000	502096,49	\$616.157,14	1118253,63	1095370,37
93	92000	507614,04	\$616.157,14	1123771,18	1107407,41
94	93000	513131,58	\$616.157,14	1129288,72	1119444,44
95	94000	518649,12	\$616.157,14	1134806,26	1131481,48
96	95000	524166,67	\$616.157,14	1140323,81	1143518,52
97	96000	529684,21	\$616.157,14	1145841,35	1155555,56
98	97000	535201,75	\$616.157,14	1151358,89	1167592,59
99	98000	540719,30	\$616.157,14	1156876,44	1179629,63
100	99000	546236,84	\$616.157,14	1162393,98	1191666,67
101	100000	551754,39	\$616.157,14	1167911,53	1203703,70

Cálculo del punto de equilibrio

ANEXO 23

Capital de trabajo detallado

			Cantidad	Valor unidad	Suma total	X 6 meses	Capital de trabajo
Servicios Básicos	Luz	1 mes	48	198	1188	22481,44	
	Internet Cnt	1 mes	50				
	Teléfono	1 mes	15				
	Agua	1 mes	38				
	teve cable	1 mes	22				
	celular	1 mes	25				

Sueldo		Administrador	1	600	3120	18720
		Recepción/secretaria	1	450		
		Chef	1	450		
		Mesero		400		
		Encargado de mantenimiento	1	400		
		Guardia	1	420		
		Guianza	1	400		

Materias Primas		Cantidad	Valor unidad	Suma total	Ganancia inmediata	Consolidado
Desayunos						340,45
	pan	2	12	24	149	
	mermelada	2	2	4		
	mantequilla	5	1,8	9		
	queso	6	2	12		
	huevos cuvetas	6	3	18		
	café	2	24	48		
	mortadela	1	6,5	6,5		
	chocolate	5	1	5		
	leche	30	0,75	22,5		
Almuerzos						
SECO DE POLLO CRIOLLO 16 PAX	Pollo Criollo	3	18	54	70,95	
	Arroz	9	0,55	4,95		

AGUADO DE
POLLO
CRIOLLO 16
PAX

Tomate	5	1,25	6,25	
Cebolla Colorada	4	1,25	5	
Pimiento	3	0,25	0,75	
Pollo Criollo	3	18	54	60,5
Arrocillo	1	0,35	0,35	
Zanahoria	1	1	1	
Papas	3	0,6	1,8	
Arveja	2	1,25	2,5	
Cebolla Blanca	2	0,2	0,4	
Culantro	3	0,15	0,45	

Cena

MAITO 16 PAX

Tilapia	16	2,5	40	60
Yuca	8	1,25	10	
Verde	16	0,25	4	
Cebolla Colorada	2	1,25	2,5	
Tomate	1	1,25	1,25	
Limón	1	0,75	0,75	
Hojas De Vijao	3	0,5	1,5	

Bar		Cantidad	Valor unidad	Suma total	ganacia inmediata
	Pony 330 NI paka	1	9,1	9,1	158,61
	Pony 311 Cc paka	1	5,98	5,98	
	Fuze Tea Neg-Lim 55op paka	1	7,5	7,5	
	Fuze Tea Neg-Lim paka	1	6,33	6,33	
	Dasan S/G 1000 paka	1	2,9	2,9	
	Dasan S/G 500 paka	1	3,83	3,83	
	Coca Cola 3lt paka	1	10,53	10,53	
	Fanta Nrj 3lt paka	1	10,04	10,04	
	Sprite 3lt paka	1	10,04	10,04	
	Sprite Mediana paka	1	6,51	6,51	
	Fiora Fr Media paka	1	6,51	6,51	
	Coca Cola 400 paka	1	3,83	3,83	
	Fiora Fresa 1350 paka	1	4,78	4,78	

	Pilsener 600cc	paka	1	8,84	8,84		
	Frutonga Display 576gr	caja	1	3,53	3,53		
	Oreo Mini 106 X 54gr	caja	1	1,71	1,71		
	Trident Ment 30x 18	caja	1	6,79	6,79		
	Ducales Taco 312gr X 24	caja	1	1,9	1,9		
	Galletas Amor 10und Fresa	paquete	1	0,58	0,58		
	Galletas Amor 10und Chocolate	paquete	1	0,58	0,58		
	Ruffles Naturales 12	paquete	2	3,6	7,2		
	Ruffles Cebolla 12	paquete	2	3,6	7,2		
	Ruffles Limon 12	paquete	2	3,6	7,2		
	Doritos 12	paquete	2	4,2	8,4		
	Tortolines 12	paquete	2	4,8	9,6		
	Lay's Artesanas 12	paquete	2	3,6	7,2		
Insumos del restaurant							
	Fósforos El Gallo	paquete	2	0,6	1,2		
	Aceite Alesol	funda	5	2	10		
	Achiote La Favorita	botella	1	2,5	2,5		
	Aliño	frasco	5	1,25	6,25		
	Sal	funda	5	0,9	4,5		
	Pimienta Molida	funda	2	0,5	1		
	Arroz	quintal	3	45	135		
	Azúcar	quintal	2	60	120		
	Toallas De Cocina	paquete	4	3,6	14,4		
	Especies	funda	2	0,9	1,8		
Aseo y limpieza cocina			Cantidad	Valor unidad	Suma total	Consolidado	x 6 meses
	Cloro Ajax 1000cc	botella	1	1,27	1,27	129,59	777,54
	Desinfectante Fresklin 2lt	botella	3	3,76	11,28		

	Detergente Surf 5kg	funda	1	11,33	11,33	
	Fundas De Basura	Paq.	5	1,2	6	
	Guantes De Caucho	U	4	1,31	5,24	
	Esponja Lava Platos	Paq.	2	0,5	1	
	Estropajo De alambre	Paq.	2	0,45	0,9	
	Lavavajilla Crema 900g	U	5	3,6	18	
limpieza de recepción, departamento financiero, administrativo y hospedaje.						
	Cloro Ajax 1000cc Clásico	botella	1	1,27	1,27	
	Desinfectante Fresklin 2lt	botella	2	3,76	7,52	
	Detergente Surf De 200g	funda	5	0,6	3	
	Fundas De Basura	Paq.	3	1,2	3,6	
	Papel Higiénico Industrial Blanco Jumbo	U	5	7,45	37,25	
	Jabón Liquido	U	12	1,5	18	
	Guantes De Caucho Negro	U	3	1,31	3,93	

Gastos de marketing		Cantidad	Valor unidad	Consolidado
	Diseño página web	1 año	450	946,84
	Banner	1 año	135	
	Videos promociones en línea	1año	50	
	Materiales pop	1 año	276,84	
	Volantes millar	1 año	35	

Permisos de funcionamiento

Cantidad	Valor unidad	Consolidado
1 año	350	350

ANEXO 23

Encuesta aplicada

	
<p>Tema: Implementación de un Lodge en la Finca “Santa Catalina” parroquia Alto-Tambo, Provincia de Esmeraldas</p> <p>Objetivo: La presente encuesta tiene como finalidad determinar la Implementación de Lodge en la Finca “Santa Catalina”</p>	
<p>Estimado señor/a o señorita: el objetivo de la presente investigación es conocer las características de los potenciales visitantes para la Implementación de un Lodge en la Finca “Santa Catalina” parroquia Alto-Tambo, Provincia de Esmeraldas-Ecuador. Marque con una (X) su respuesta. Agradezco su gentil colaboración y sinceridad al contestar el cuestionario. Los datos obtenidos serán manejados de manera confidencial.</p>	
1. Género	2. Edad
1.1. Masculino (.....)	2.1. 18-25 (.....)
1.2. Femenino (.....)	2.2. 26-35 (.....)
1.3. LGBT (.....)	2.3. 36-45 (.....)
	2.4. 46-55 (.....)
	2.5. 56-o más (.....)
3. Nivel de educación formal	4. ¿Cuál es su lugar de residencia permanente?
3.1. Primaria (.....)	4.1. Esmeraldas (.....)
3.2. Secundaria (.....)	4.2. Carchi (.....)
3.3. Superior (.....)	4.3. Imbabura (.....)
3.4. Post grado (.....)	4.4. Pichincha (.....)
	4.5. Otros (.....)
	4.6. Extranjero (.....)
5. ¿Cuál es su principal motivación de viaje?	6. ¿Cuándo prefiere realizar sus viajes?
5.1. Vacaciones / aventura / adrenalina (.....)	6.1. Durante la semana (.....)
5.2. Estudio (investigaciones) (.....)	6.2. Fin de semana (.....)
5.3. Visita a familiares / amigos (.....)	6.3. Feriado (.....)
5.4. Congreso / convención (.....)	6.4. Vacaciones (.....)
5.5. Voluntariado ambiental y cultural (.....)	
5.6. Festividades (.....)	
7. ¿En qué mes o meses del año prefiere realizar sus viajes?	8. ¿Con quién prefiere realizar sus viajes?

7.1. Enero (.....) 7.2. Febrero (.....) 7.3. Marzo (.....) 7.4. Abril (.....) 7.5 Mayo (.....) 7.6. Junio (.....) 7.7 Julio (.....) 7.8. Agosto (.....) 7.9. Septiembre (.....) 7.10. Octubre (.....) 7.11. Noviembre (.....) 7.12. Diciembre (.....)	8.1. Familia (.....) 8.2. Pareja (.....) 8.3. Amigos (.....) 8.4. Solo (.....)
9. ¿Por qué medios se informa de nuevos sitios turísticos?	10. Cuando viaja, ¿generalmente cuánto gasta por día?
9.1. Agencia de viajes (.....) 9.2. Internet (redes sociales) (.....) 9.3. Periódicos / revistas (.....)	10.1. De 1 a 25 USD (.....) 10.2. De 26 a 50 USD (.....) 10.3. De 51 a 100 USD (.....)
9.4. Programa de radio/Tv (.....) 9.5. Amigos/familiares (.....) 9.6. Folleto turístico (.....)	10.4. De 101 a 200 USD (.....) 10.5. Más de 200 USD (.....)
11. Cuando usted viaja a Esmeraldas, ¿le gustaría hospedarse en Lodge “Santa Catalina”?	12. ¿Qué elementos valora en un Lodge ? Seleccione máximo dos.
11.1. Si (.....) Continúe con el cuestionario 11.2. No (.....) Entregue el cuestionario	12.1. Diseño (significado cultural y natural) (.....) 12.2. Aplicación de tecnologías limpias (.....) 12.3. Comodidad y funcionalidad (.....) 12.4. Materiales de construcción (.....)
13. ¿Qué actividades le gustaría realizar en el Lodge “Santa Catalina”? Seleccione máximo cinco.	14. ¿Qué servicios contrataría durante su viaje en el Lodge “Santa Catalina”? Seleccione máximo cuatro.
13.1. Piscinas naturales (.....) 13.2. Baños en las cascadas (.....) 13.3. Establo (caballos, vacas, cerdos) (.....) 13.4. Canchas deportivas (.....) 13.5. Restoran cafetería (.....) 13.6. Juegos infantiles (.....) 13.7. Pesca deportiva (.....) 13.8. Senderismo (.....) 13.9. Camping (.....) 13.10. Otro (especifique) (.....)	14.1. Alimentos y bebidas (.....) 14.2. Alojamiento (.....) 14.3. Guianza interpretativa (.....) 14.4. Transporte terrestre (.....) 14.5. Talleres de educación ambiental (.....) 14.6. Talleres de conocimiento plantas medicinales (.....) 14.7. Artesanías (.....)
15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche de alojamiento en una cabaña del Lodge “Santa Catalina”?	16. ¿Cuántos días permanecería en el Lodge “Santa Catalina”?
15.1. De 10 – 20 USD (.....) 15.2. De 21 – 30 USD (.....) 15.3. De 31 - 40 USD (.....) 15.4. Más de 40 USD (.....)	16.1. Un día (.....) 16.2. Dos días (.....) 16.3. Tres días (.....) 16.4. Más de cuatro días (.....)
GRACIAS	

Encuesta aplicada

