



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

TEMA:

**“LODGE INCLUSIVO COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO
TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD SAN FRANCISCO DE
SACHAPAMBA, URCUQUÍ, IMBABURA, ECUADOR”**

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

AUTOR(ES): Grace Karina Serrano Chamorro
Jessica Paola Sánchez Arteaga

DIRECTOR: MSc. Fabio Elton Cruz Góngora

Ibarra, 2022

APROBACIÓN DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

Certifico que el Trabajo de Grado “**LODGE INCLUSIVO COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD SAN FRANCISCO DE SACHAPAMBA, URCUQUÍ, IMBABURA, ECUADOR**”, ha sido realizado en su totalidad por la señorita Sánchez Arteaga Jessica Paola, portadora de la cédula de identidad número 100404095-0 y, la señorita Serrano Chamorro Grace Karina, portadora de la cédula de identidad número 172723825-3.



.....
MSc. FABIO ELTON CRUZ GÓNGORA

DOCENTE

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100404095-0		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Sánchez Arteaga Jessica Paola		
DIRECCIÓN:	Ibarra, Av. 13 de Abril y Galápagos		
EMAIL:	jpsancheza@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	2546-659	TELÉFONO MÓVIL:	0993958327

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Lodge inclusivo como alternativa de desarrollo turístico en la comunidad San Francisco de Sachapamba, Urcuquí, Imbabura, Ecuador.
AUTOR (ES):	Sánchez Arteaga Jessica Paola; Serrano Chamorro Grace Karina
FECHA: DD/MM/AAAA	20/09/2021
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Turismo
ASESOR/DIRECTOR:	MSc. Cruz Góngora Fabio Elton

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 28 días del mes de enero de 2022

EL AUTOR:

Sánchez Arteaga Jessica Paola



**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 Orgánica de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	172723825-3		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Serrano Chamorro Grace Karina		
DIRECCIÓN:	Pasaje Sergio Ayala		
EMAIL:	gkserranoc@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	-	TELÉFONO MÓVIL:	0969851263

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Lodge inclusivo como alterativa de desarrollo turístico en la comunidad San Francisco de Sachapamba, Urcuquí, Imbabura, Ecuador.
AUTOR (ES):	Sánchez Arteaga Jessica Paola; Serrano Chamorro Grace Karina
FECHA: DD/MM/AAAA	20/09/2021
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Turismo
ASESOR/DIRECTOR:	MSc. Cruz Góngora Fabio Elton

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 28 días del mes de enero de 2022

EL AUTOR:

Serrano Chamorro Grace Karina

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de grado primeramente a mis padres Marlene Arteaga y José Sánchez por ser mi ejemplo de perseverancia y esfuerzo.

De manera especial dedico a mi esposo Edwin Imbaquingo por ser mi compañero de vida y tomar la posta brindándome su apoyo incondicional para culminar este proceso de formación y alcanzar un logro más en mi vida.

A mi querido hijo Derick Imbaquingo por ser mi motor de vida, motivo de inspiración y superación como persona y profesional.

Y demás familiares, amigos y conocidos que durante la realización de este trabajo de grado me brindaron su tiempo y apoyo.

Jessica Sánchez

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de grado principalmente a Dios y a mis padres, a mi madre quien con su ternura, paciencia y amor incondicional me dio fuerza para no rendirme en mis momentos más difíciles, a mi padre por su trabajo y esfuerzo para que yo pudiera culminar mis estudios.

A mis hermanos que me han enseñado fortaleza, perseverancia y unión, ya que me han demostrado estar siempre para mí y estaré eternamente agradecida por todo.

Grace Serrano

AGRADECIMIENTO

A la prestigiosa Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, por habernos dado la oportunidad de crecer profesionalmente en sus aulas y conocer a nuestros Docentes quienes nos impartieron sus conocimientos y consejos de manera muy profesional y ética. Mención especial a nuestro director de tesis, MSc. Fabio Cruz, por su paciencia y enseñanzas brindadas en el transcurso de la realización de este proyecto. Agradecemos a nuestra Asesora de Tesis, PhD Yoarnelys Vasallo, por su direccionamiento, paciencia y entrega. Finalmente, a todas aquellas personas, colegas y amigos que nos brindaron su ayuda y formaron parte de este significativo proceso para la culminación de nuestro proyecto.

Jessica Sánchez y Grace Serrano

ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	ii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	iii
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	viii
Índice de tablas	xv
Índice de figuras	xx
RESUMEN EJECUTIVO	xxiv
ABSTRACT	xxv
INTRODUCCIÓN.....	xxvi
OBJETIVOS	xxviii
GENERAL	xxviii
ESPECÍFICOS	xxviii
CAPÍTULO I. DIAGNÓSTICO	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.....	4
1.4 Factores que intervienen en la idea de negocio.....	5
1.4.1 Análisis de la industria	5
1.4.1.1 Situación del macro ambiente.	5
1.4.1.2 Situación competitiva.....	8
1.4.1.3 Situación del producto.	10
1.5 Riesgos y oportunidades de la idea de negocio.....	12
1.6 Fundamentos teóricos.....	14
1.6.1 Turismo.....	14
1.6.2 Turismo sostenible.....	14
1.6.3 Turismo inclusivo	15
1.6.4 Ambiente.....	15
1.6.5 Destino turístico	16
1.6.6 Innovación turística	16
1.6.7 Alojamiento turístico.....	16
	viii

1.6.8 Lodge.....	17
1.6.9 Personas con discapacidad física.....	17
1.6.10 Mercado.....	18
1.6.11 Oferta.....	18
1.6.12 Demanda	19
1.6.13 Demanda insatisfecha	19
1.6.14 Estudio técnico y administrativo.....	19
1.6.15 Macrolocalización	20
1.6.16 Microlocalización.....	20
1.6.17 Capital de trabajo.....	21
1.6.18 Estructura organizacional.	21
1.6.19 Marketing	21
1.6.20 Estudio de impacto ambiental.....	22
1.6.21 Impacto Ambiental	22
1.6.22 Emprendimiento.....	22
1.6.23 Estudio económico financiero	23
1.6.24 Estado de situación inicial.....	23
1.6.25 TIR	23
1.6.26 VAN	24
1.6.27 Punto de equilibrio	24
1.7 Fundamentación legal.....	24
CAPÍTULO II ESTUDIO DE MERCADO	28
2.1 Diseño de la investigación de mercados.....	28
2.1.1 Tipo de investigación	28
2.1.1.1 Investigación documental.	28
2.1.1.2 Investigación descriptiva.....	29
2.1.1.3 Investigación de campo.....	29
2.1.2 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra	29
2.1.2.1 Cálculo de la muestra.....	30
2.1.2.1.1 Muestra para turistas nacionales.....	30
2.1.2.1.2 Muestra para personas con discapacidad física.....	30
2.1.3 Instrumentos de recolección	31

2.1.3.1 Encuestas.....	31
2.1.3.2 Entrevistas.....	31
2.1.4 Resultados y discusión	32
2.1.4.1 Análisis encuesta aplicada a turistas nacionales.....	32
2.1.4.1.1 Discusión.....	45
2.1.4.2 Análisis encuesta aplicada a personas con discapacidad física. 47	
2.1.4.2.1 Discusión.....	61
2.1.4.3 Análisis entrevistas aplicadas.....	63
2.1.4.3.1 Entrevistas aplicadas a la competencia.	63
2.1.4.3.2 Entrevistas aplicadas a representantes de organizaciones y autoridades.	64
2.2 Segmentación de mercados	65
2.3 Análisis de la oferta.....	69
2.4 Proyección de la competencia	71
2.5 Análisis de la demanda	73
2.6 Proyección de la demanda.....	73
2.7 Demanda insatisfecha.....	75
CAPÍTULO III ESTUDIO TÉCNICO Y ADMINISTRATIVO	78
3.1 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto	78
3.1.1 Macrolocalización	78
3.1.2 Microlocalización.....	78
3.2 Identificación y descripción de los procesos	81
3.2.1 Fundamentación de los productos y servicios	81
3.2.2 Caracterización y diseño del producto/servicio	81
3.2.2.1 Cotización de habitaciones.....	104
3.2.2 Actividades y servicios complementarios	106
3.2.2.2 Paquete turístico.....	107
3.2.2.2.1 Guión.....	107
3.2.3 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio	108
3.3 Ingeniería del proyecto.....	110
3.3.1 Distribución de la planta.....	110
3.3.2 Diseño planimétrico de la planta.....	111

3.3.3	Requerimientos por áreas.....	113
3.3.3.1	Fase de construcción.....	113
3.3.3.2	Fase de operación.....	118
3.4	Inversiones y capital de trabajo.....	128
3.4.1	Obra civil necesaria	128
3.4.2	Maquinaria y equipos.....	134
3.4.3	Capital de trabajo.....	141
3.4.4	Total de inversión.....	147
3.4.5	Plan de financiación.....	148
3.5	Estructura organizativa y administrativa.....	150
3.5.1	Misión	150
3.5.2	Visión	150
3.5.3	Políticas	150
3.5.3.1	Políticas internas.	150
3.5.3.2	Políticas externas.	152
3.5.4	Valores.....	155
3.5.5	Imagen corporativa	156
3.5.6	Organigrama.....	157
3.5.7	Manual de funciones.....	158
3.5.7.1	Área administrativa.....	158
3.5.7.1.1	Gerente.	158
3.5.7.1.2	Administrador.	159
3.5.7.2	Área de alimentos y bebidas.	160
3.5.7.2.1	Chef de cocina.	160
3.5.7.2.2	Ayudante de cocina.....	161
3.5.7.2.3	Mesero (a) y camarero (a).....	163
3.5.7.3	Área de recepción.	164
3.5.7.3.1	Recepcionista.....	164
3.5.7.3.2	Botones.	165
3.5.7.4	Área de Mantenimiento.....	167
3.5.7.4.1	Bodega y limpieza.	167
3.5.7.5	Área de habitaciones.....	168

3.5.7.5.1 Lavandería.	168
3.5.7.5.2 Ama de llaves.	169
3.5.7.6 Área de contabilidad y marketing.	170
3.5.7.6.1 Contador.	170
3.5.7.6.2 Ventas y publicidad.	172
3.5.8 Flujograma de actividades	173
3.5.9 Descripción del diagrama de flujo	177
3.6 Constitución legal de la empresa	178
3.6.1 Requisitos para constituir una S.A.S.	178
3.6.2 Pasos para constituir una S.A.S.	179
3.6.3 Permisos municipales	180
3.6.3.1 Registro único de contribuyentes.	180
3.6.3.2 Certificado de Registro de Turismo.	181
3.6.3.3 Permisos sanitarios.	181
3.6.3.4 Permiso de uso de suelo.	182
3.6.3.5 Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.	182
3.6.3.6 Patente Municipal.	183
3.6.3.7 Licencia Anual de Funcionamiento.	184
3.6.4 Registro de la marca	184
CAPITULO IV ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING.....	186
4.1 Nombre comercial de la empresa	186
4.1.1 Logotipo	187
4.1.2 Eslogan	189
4.1.3 Identidad corporativa	189
4.1.4 Señalética del Lodge	193
4.1.5 Precio de habitaciones.	194
4.2 Canales de distribución	198
4.2.1 Canal de distribución directo.	198
4.2.2 Canal de distribución indirecto	199
4.3 Publicidad	199
4.3.1 Producto diferencial	203
4.3.2 Material P.O.P.	204

4.3.3 Promociones.....	205
4.4 Ampliación posible de la gama de productos en el futuro	205
4.5 Investigación y análisis de las estrategias y métodos de mercadeo	207
CAPÍTULO V ESTUDIO AMBIENTAL	216
5.1 Descripción de las actividades del emprendimiento.....	216
5.1.1 Fase de construcción	216
5.1.2 Fase de operación	220
5.1.3 Fase de cierre.....	226
5.2 Factores ambientales para interrelacionar	227
5.3 Descripción del método a aplicar	229
5.3.1 Conesa simplificada.....	229
5.4 Escalas o rangos de valoración ambiental	230
5.5 Interrelación entre las acciones y factores ambientales.....	235
5.6 Aplicación del método y determinación de la importancia.....	237
5.6.1 Fase de construcción	237
5.6.2 Fase de operación	243
5.6.3 Fase de cierre.....	250
5.6.4 Resultados.....	252
5.7 Jerarquización de los impactos ambientales según la evaluación	256
5.8 Matriz de plan de manejo ambiental	261
CAPÍTULO VI ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	272
6.1 Estado de situación inicial.....	272
6.2 Flujo de efectivo	274
6.3 Proyección de ingresos y gastos.....	277
6.3.1 Costo de capital	277
6.3.2 Proyección de ingresos y egresos para 10 años	277
6.4 Cálculo de la tasa interna de retorno	279
6.5 Cálculo del valor actual neto	279
6.6 Punto de equilibrio	280
CONCLUSIONES.....	282
RECOMENDACIONES	284
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA.....	286

LINKOGRAFÍA	289
ANEXOS	292
Anexo 1: Reporte Urkund	292
Anexo 2: Ficha de diagnóstico turístico del Ministerio de Turismo	293
Anexo 3: Validación de instrumentos	301
Anexo 4: Entrevistas realizadas a la competencia	303
Anexo 5: Entrevistas realizadas a autoridades y representantes de organizaciones con discapacidad física	314
Anexo 6: Fotografías aplicación de encuestas	320
Anexo 7: Fotografías aplicación de entrevistas	321
Anexo 8: Recetas menú general del <i>lodge</i>	322

Índice de tablas

Tabla 1 Factores del macro entorno.....	5
Tabla 2 Descripción de la situación competitiva.....	8
Tabla 3 Descripción de la situación turística	10
Tabla 4 Matriz FODA para la implementación del lodge	13
Tabla 5 Esquema fundamentación legal	25
Tabla 6 Pregunta 1	32
Tabla 7 Pregunta 2.....	33
Tabla 8 Pregunta 3.....	34
Tabla 9 Pregunta 4.....	35
Tabla 10 Pregunta 5.....	36
Tabla 11 Pregunta 6.....	37
Tabla 12 Pregunta 7.....	38
Tabla 13 Pregunta 8.....	39
Tabla 14 Pregunta 9.....	40
Tabla 15 Pregunta 10.....	41
Tabla 16 Pregunta 11	42
Tabla 17 Pregunta 12.....	43
Tabla 18 Pregunta 13.....	44
Tabla 19 Pregunta 1	47
Tabla 20 Pregunta 2.....	47
Tabla 21 Pregunta 3.....	48
Tabla 22 Pregunta 4.....	49
Tabla 23 Pregunta 5.....	49
Tabla 24 Pregunta 6.....	50
Tabla 25 Pregunta 7.....	51
Tabla 26 Pregunta 8.....	52
Tabla 27 Pregunta 9.....	53
Tabla 28 Pregunta 11	54
Tabla 29 Pregunta 12.....	55
Tabla 30 Pregunta 13.....	56
Tabla 31 Pregunta 14.....	57

Tabla 32 Pregunta 15.....	58
Tabla 33 Pregunta 16.....	59
Tabla 34 Pregunta 17.....	60
Tabla 35 Segmentación de mercados turistas nacionales	65
Tabla 36 Segmentación de mercados personas con discapacidad física	67
Tabla 37 Resumen de atractivos turísticos naturales.....	69
Tabla 38 Oferta de alojamiento turístico.....	69
Tabla 39 Proveedores	70
Tabla 40 Cantidad promedio de turistas anuales	71
Tabla 41 Proyección de la oferta en los próximos 10 años.....	72
Tabla 42 Cálculo de la demanda potencial	73
Tabla 43 Proyección de la demanda potencial en 10 años	74
Tabla 44 Proyección de la demanda insatisfecha en 10 años	76
Tabla 45 Proyección de la demanda objetiva en 10 años	76
Tabla 46 Diseño referencial para el área de hospedaje	82
Tabla 47 Diseño referencial para el área de alimentos y bebidas.....	86
Tabla 48 Diseño referencial para el área de huerta ecológica	98
Tabla 49 Diseño referencial para el área de recreación.....	100
Tabla 50 Diseños referenciales para las áreas de apoyo.....	102
Tabla 51 Habitación simple y sus características.....	105
Tabla 52 Habitación doble y sus características	105
Tabla 53 Habitación triple y sus características.	106
Tabla 54 Actividades y servicios complementarios del lodge.....	106
Tabla 55 Paquete 3 días y 2 noches	107
Tabla 56 Requerimientos para la infraestructura turística	113
Tabla 57 Requerimientos área de hospedaje.....	118
Tabla 58 Requerimientos área de recreación.....	120
Tabla 59 Requerimientos área de alimentos y bebidas.....	121
Tabla 60 Requerimientos área de cocina	122
Tabla 61 Materia prima para área de alimentos y bebidas.....	123
Tabla 62 Requerimientos área de lavandería.....	124
Tabla 63 Requerimientos área de bodega y mantenimiento	125

Tabla 64	Requerimientos área administrativa	126
Tabla 65	Requerimientos área sala de espera y recepción	126
Tabla 66	Requerimientos área de huerta ecológica	127
Tabla 67	Talento humano	127
Tabla 68	Presupuesto para la infraestructura turística	128
Tabla 69	Presupuesto para maquinaria y equipos	134
Tabla 70	Presupuesto materia prima	142
Tabla 71	Presupuesto para combustible	144
Tabla 72	Presupuesto para servicios básicos	145
Tabla 73	Presupuesto para permisos de operación	145
Tabla 74	Presupuesto para salarios del talento humano	146
Tabla 75	Presupuesto para gastos extras	147
Tabla 76	Presupuesto total para el proyecto	148
Tabla 77	Plan de financiación total para el proyecto	148
Tabla 78	Tabla de amortización BanEcuador.....	149
Tabla 79	Funciones del gerente	158
Tabla 80	Funciones de un administrador	159
Tabla 81	Funciones del chef de cocina	160
Tabla 82	Funciones del ayudante de cocina	162
Tabla 83	Funciones del mesero(a) y camarero (a).....	163
Tabla 84	Funciones del recepcionista	164
Tabla 85	Funciones de los botones.....	166
Tabla 86	Funciones de bodega y limpieza	167
Tabla 87	Funciones de la persona a cargo de lavandería.....	168
Tabla 88	Funciones del ama de llaves	169
Tabla 89	Funciones del contador	171
Tabla 90	Funciones de ventas y publicidad.....	172
Tabla 91	Precios por habitación	194
Tabla 92	Cálculo del costo para una habitación simple	195
Tabla 93	Cálculo del costo para una habitación doble	196
Tabla 94	Cálculo del costo para una habitación triple	197
Tabla 95	Estrategias de marketing mix de servicios	208

Tabla 96 Actividades en la fase de construcción.....	216
Tabla 97 Actividades en la fase de operación	220
Tabla 98 Actividades en la fase de cierre.....	226
Tabla 99 Matriz de factores ambientales.....	228
Tabla 100 Criterios de valoración.....	231
Tabla 101 Valoración cuantitativa	234
Tabla 102 Representación cromática.....	235
Tabla 103 Identificación de impactos	236
Tabla 104 Construcción (Limpieza y despalme del área).....	237
Tabla 105 Construcción (Desmante del terreno).....	237
Tabla 106 Construcción (Cercas provisionales)	238
Tabla 107 Construcción (Armado de estructuras, cimentación y cubierta)	238
Tabla 108 Construcción (Pisos, pavimentos, albañilería y acabados)	239
Tabla 109 Construcción (Contratación de mano de obra).....	239
Tabla 110 Construcción (Adecuación de senderos).....	240
Tabla 111 Construcción (Instalaciones eléctricas y sanitarias)	240
Tabla 112 Construcción (Construcción de piscina)	241
Tabla 113 Construcción (Adecuación de áreas exteriores).....	241
Tabla 114 Matriz cromática resumen fase de construcción	242
Tabla 115 Operación (Servicio de recepción)	243
Tabla 116 Operación (Servicio de alimentación).....	243
Tabla 117 Operación (Servicio de alojamiento).....	244
Tabla 118 Operación (Área de bodega)	244
Tabla 119 Operación (Servicio de lavandería)	245
Tabla 120 Operación (Servicio de parqueadero).....	245
Tabla 121 Operación (Área de recreación)	246
Tabla 122 Operación (Actividades agroturísticas).....	246
Tabla 123 Operación (Senderismo)	247
Tabla 124 Operación (Mantenimiento preventivo y correctivo de equipos e instalaciones)	247
Tabla 125 Operación (Contratación de proveedores)	248
Tabla 126 Matriz cromática resumen fase de operación.....	249

Tabla 127 Cierre (Cierre de operaciones)	250
Tabla 128 Cierre (Retiro de equipos, materiales e insumos)	250
Tabla 129 Cierre (Desmantelamiento de estructuras)	250
Tabla 130 Cierre (Retiro y disposición de todo tipo de desechos y materiales inertes)	251
Tabla 131 Cierre (Rehabilitación del área)	251
Tabla 132 Matriz cromática resumen fase de cierre	252
Tabla 133 Resultados fase de construcción	253
Tabla 134 Resultados fase de operación	254
Tabla 135 Resultados fase de cierre	255
Tabla 136 Impactos negativos y positivos en la fase de construcción	256
Tabla 137 Impactos negativos y positivos en la fase de operación	258
Tabla 138 Impactos negativos y positivos en la fase de cierre	260
Tabla 139 Plan de manejo ambiental impactos negativos	262
Tabla 140 Plan de manejo ambiental impactos positivos	269

Índice de figuras

Figura 1 Comunidad San Francisco de Sachapamba	1
Figura 2 Proyección de la demanda potencial.....	75
Figura 3 Macrolocalización del lodge	79
Figura 4 Microlocalización del lodge	79
Figura 5 Ubicación del terreno donde se pretende implementar el proyecto ...	80
Figura 6 Vía de acceso a la comunidad San Francisco de Sachapamba	80
Figura 7 Cabaña en forma de caracol	82
Figura 8 Dimensiones cabaña en forma de caracol	82
Figura 9 Vista exterior de la cabaña en forma de caracol	82
Figura 10 Ilustración de la cabaña en forma de caracol	82
Figura 11 Boceto diseño cabaña en forma de caracol	83
Figura 12 Diseño cabaña simple e interior	83
Figura 13 Modelo de referencia para sendero interno del lodge	83
Figura 14 Referente de rampas y accesos a las cabañas.....	83
Figura 15 Diseño interior habitación simple.....	83
Figura 16 Diseño del baño para cabañas caracol	83
Figura 17 Orientación para la ubicación del mobiliario.....	84
Figura 18 Mobiliario interior de la cabaña	84
Figura 19 Mobiliario y ubicación en el baño	84
Figura 20 Medidas de baño accesible.....	84
Figura 21 Habitación doble Sachas inclusive Lodge	84
Figura 22 Habitación simple Sachas inclusive Lodge	84
Figura 23 Habitación triple Sachas inclusive Lodge	85
Figura 24 Referencia de plano de una habitación triple	85
Figura 25 Mobiliario para decoración de las habitaciones.....	85
Figura 26 Lencería de la habitación	85
Figura 27 Cocina y mobiliario necesario	86
Figura 28 Diseño de la cocina del lodge	86
Figura 29 Estantería de insumos de cocina	86
Figura 30 Estantería de frutas y vegetales	86
Figura 31 Estantería para menaje del lodge	87

Figura 32 Mini bar en la zona de alimentos y bebidas	87
Figura 33 Restaurante.....	87
Figura 34 Menú desayunos	88
Figura 35 Menú entradas	89
Figura 36 Menú sopas.....	90
Figura 37 Menú platos fuertes.....	91
Figura 38 Menú vegetariano.....	92
Figura 39 Menú vegano	94
Figura 40 Menús postres.....	95
Figura 41 Menú bebidas.....	96
Figura 42 Área de huerta ecológica	98
Figura 43 Manguera y herramienta en exteriores.....	98
Figura 44 Invernadero de orquídeas	99
Figura 45 Área de orquídeas.....	99
Figura 46 Mirador Sachas Inclusive Lodge	100
Figura 47 Banqueta para mirador.....	100
Figura 48 Espacio de recreación e integración	100
Figura 49 Diseño pasilla en área común	100
Figura 50 Mini cancha de futbol	101
Figura 51 Planos de la mini cancha de fútbol.....	101
Figura 52 Diseño piscina	101
Figura 53 Elevador o silla portátil	101
Figura 54 Referencia de plano para piscina.....	101
Figura 55 Equipo de observación.....	101
Figura 56 Recepción del Lodge.....	102
Figura 57 Boceto counter de recepción del lodge	102
Figura 58 Sala de espera en la recepción del lodge	103
Figura 59 Vestíbulo en la entrada principal	103
Figura 60 Diseño de oficina administrativa.....	103
Figura 61 Fachada de recepción.....	103
Figura 62 Lavandería e insumos de habitaciones	103
Figura 63 Estantería para optimización de espacio.....	103

Figura 64 Insumos de bodega.....	104
Figura 65 Herramientas necesarias de trabajo.....	104
Figura 66 Estacionamiento del establecimiento	104
Figura 67 Auto con rampa para personas con discapacidad física	104
Figura 68 Bosquejo de distribución de las áreas.....	111
Figura 69 Esquema de distribución de las áreas del lodge	112
Figura 70 Logo de la empresa.....	156
Figura 71 Organigrama estructural.....	157
Figura 72 Diagrama de flujo para el servicio de hospedaje.....	174
Figura 73 Diagrama de flujo para el servicio de alimentación	175
Figura 74 Diagrama de flujo para el servicio de senderismo y agroturismo ...	176
Figura 75 Significado de la denominación social de la empresa	186
Figura 76 Logotipo de la empresa Sachas Inclusive Lodge	187
Figura 77 Significado de los elementos que conforman el logotipo.....	187
Figura 78 Gama cromática de la composición del logotipo	188
Figura 79 Capacidad de adaptabilidad del logotipo.....	188
Figura 80 Eslogan del establecimiento.....	189
Figura 81 Eslogan y logotipo del establecimiento	189
Figura 82 Paquete Magic Days	190
Figura 83 Diseño de tarjeta de presentación de Sachas Inclusive Lodge	191
Figura 84 Implementos corporativos para el área administrativa y recepción	191
Figura 85 Implementos corporativos para el personal de servicio.....	192
Figura 86 Señalética 3d	193
Figura 87 Canal de distribución directo	199
Figura 88 Canal de distribución indirecto	199
Figura 89 Perfil de Instagram de Sachas inclusive Lodge.....	200
Figura 90 Perfil de Facebook de Sachas inclusive Lodge	201
Figura 91 WhatsApp Sachas Inclusive Lodge	202
Figura 92 Story Map sobre Sachas Inclusive Lodge	203
Figura 93 Souvenirs para turistas.....	203
Figura 94 Souvenirs de venta en el lodge	204
Figura 95 Camping en los páramos de la comunidad: Laguna Yanacocha ...	206

Figura 96 Sala de masajes e implementos necesarios	206
Figura 97 Actividades de agroturismo con la comunidad	207
Figura 98 Gráfica impactos positivos y negativos en la fase de construcción	257
Figura 99 Gráfica impactos positivos y negativos en la fase de operación	259
Figura 100 Gráfica impactos positivos y negativos en la fase de cierre	260
Figura 101 Tabla amortización de financiamiento con BanEcuador.....	273
Figura 102 Balance de situación inicial	274
Figura 103 Flujo de caja.....	276
Figura 104 Costo de capital.....	277
Figura 105 Proyección ingresos y egresos para 10 años.....	278
Figura 106 Cálculo de la tasa interna de retorno.....	279
Figura 107 Cálculo del valor actual neto	279
Figura 108 Punto de equilibrio.....	280
Figura 109 Gráfica del punto de equilibrio.....	281

RESUMEN EJECUTIVO

Sachas Inclusive *Lodge* se localizará en la comunidad San Francisco de Sachapamba, debido a que proporciona los recursos necesarios para la implementación del establecimiento, pues se caracteriza por su riqueza cultural, natural y social que propician una experiencia única, además su funcionamiento se enfocará a la convivencia respetuosa y sostenible con el medio.

El emprendimiento se constituirá legalmente como una sociedad por acciones simplificadas. El cual ofrecerá el servicio de alojamiento con temática de cabañas en forma de caracol, innovado su infraestructura, en comparación con otros establecimientos del país, cuenta con 10 cabañas completamente equipadas para brindar la mejor calidad en cuanto a comodidades, de igual forma las áreas complementarias que son necesarias para llevar a cabo las actividades que mejoran la estadía del visitante como: la alimentación con productos locales, senderismo, agroturismo, piscina, mirador y espacios de recreación.

Mediante encuestas el mercado objetivo se determinó como personas provenientes de Imbabura y Pichincha que disfrutan de la naturaleza y valoran las potencialidades que diferencian al *lodge*. Además, tomando en cuenta la responsabilidad social, el establecimiento acoplara la infraestructura accesible para personas con discapacidad física o personas que requieren de ciertas facilidades, igualmente por la actual emergencia sanitaria, se cumplirá con las medidas de bioseguridad que establece el Ministerio de Salud Pública.

También se utilizarán distintas estrategias marketing y comercialización para sus productos y servicios, con el objetivo de que incluso antes de su funcionamiento ya tenga presencia y conocimiento ante el público, y de esta manera garantizar recibir visitantes desde su apertura.

La inversión requerida es de \$211.827,32, el mismo que será financiado por las dos socias y la entidad pública BanEcuador. Además, los valores obtenidos en la TIR y VAN son positivos, y la rentabilidad económica empresarial se alcanza en los 6 años de funcionamiento.

Palabras claves: *lodge* - sostenible- innovación- accesible- marketing

ABSTRACT

Sachas Inclusive Lodge will be located in San Francisco de Sachapamba community because it provides the necessary resources for the implementation of the establishment; this place is characterized by its cultural, natural, and social richness that promotes a unique experience for the tourist. Also, the lodge will be focused on a respectful and sustainable coexistence with the environment.

The entrepreneurship will be legally constituted as a simplified stock company. Which will offer the accommodation service with the theme of snail-shaped cabins; its infrastructure has been innovated, compared to other establishments in the country. it will have 10 fully equipped cabins to provide the best quality in terms of facilities for tourists, in the same way, the complementary areas that are necessary to carry out the activities that improve the visitor's stay such as food with local products, hiking, agro-tourism, swimming pool, viewpoint, and recreation spaces.

Through surveys, the target market was determined for people from Imbabura and Pichincha who like enjoying nature and value the potentialities that differentiate the lodge. In addition, taking into account social responsibility, the establishment will connect the accessible infrastructure for people with physical disabilities or people who require certain facilities, also due to the current health emergency, the biosafety measures established by the Ministry of Public Health will be complied with.

Different marketing and commercialization strategies will be used for its products and services with the aim that even before its operation it already has a presence and knowledge before the public, and in this way guarantee to receive visitors from its opening.

The investment required is \$ 211,827.32, the one that will be financed by the two partners and the public bank entity BanEcuador. In addition, the obtained values in the TIR and VAN are positive, and the business economic profitability will be achieved in the first 6 years of operation.

Key words: lodge - sustainable- innovation- accessible- marketing

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un establecimiento de alojamiento turístico "lodge" en la comunidad San Francisco de Sachapamba. Es así que para su desarrollo se encuentra organizado en seis capítulos, los cuales serán descritos a continuación:

En el primer capítulo se describe la situación actual en el que se encuentra el entorno del área de implementación del *lodge*, además se justifica la idea de este emprendimiento y los valores agregados por los cuales se encontrará caracterizado, tomando en cuenta los factores de macro y micro entorno que intervienen para su implementación.

En el segundo capítulo se establece el mercado objetivo del proyecto a través de una investigación de mercado, haciendo uso de las diferentes herramientas de recolección de datos, los cuales brindan un panorama más amplio sobre sus necesidades, preferencias y el nivel de aceptación frente a la propuesta.

En el tercer capítulo se identifica de manera óptima y rentable la localización del emprendimiento, además todo lo referente a los recursos necesarios para su implementación como materia prima y talento humano, los costos e inversiones que conlleva cubrir los requerimientos necesarios para el correcto funcionamiento de los procesos productivos del *lodge*.

En el cuarto capítulo se diseña la identidad empresarial del emprendimiento, de tal manera que sea esta la estrategia por la que el mercado perciba e identifique a la empresa, además de sus productos y servicios conjuntamente con la creación de estrategias tanto a corto, mediano y largo plazo para llegar, atraer y mantener a los clientes.

En el quinto capítulo se encuentra todo lo referente al estudio ambiental que se realiza en este proyecto, el cual contribuye a la determinación de los posibles impactos negativos que se generará en el área, mismos que se pueden presentar en la etapa de construcción, operación o abandono del mismo y de esta manera poder establecer las respectivas estrategias de prevención o mitigación.

Y en el sexto y último capítulo se desarrolla un estudio económico financiero mediante el análisis de flujo de caja, los ingresos y gastos que tendrá su implementación y operación.

Al final, se presenta las respectivas conclusiones y recomendaciones producto de haber realizado todo el proceso investigativo y los anexos que evidencian las actividades y procesos realizados para el logro exitoso del mismo.

OBJETIVOS

GENERAL

- Implementar un *lodge* inclusivo como alternativa de desarrollo turístico en la Comunidad San Francisco de Sachapamba, Urcuquí, Imbabura, Ecuador.

ESPECÍFICOS

- Diagnosticar la situación económica, política, social y ambiental presente en la comunidad de San Francisco de Sachapamba.
- Definir la oferta y la demanda mediante un estudio de mercado.
- Desarrollar un estudio técnico y administrativo para la operación del *lodge*.
- Crear estrategias de comercialización y marketing para la socialización del *lodge*.
- Realizar un estudio de impacto ambiental como medida preventiva ante posibles efectos del proyecto.
- Determinar la factibilidad de implementación del *lodge* mediante un estudio económico financiero.

CAPÍTULO I. DIAGNÓSTICO

En este capítulo se describe la situación actual en la que se encuentra la comunidad San Francisco de Sachapamba como el entorno de influencia del *lodge*. También, determinar la problemática existente que se busca mejorar con el proyecto y justificar la idea de su implementación como alternativa de desarrollo turístico en la comunidad. Además, se establece los valores agregados por los cuales se encontrará caracterizado el proyecto, tomando en cuenta los factores de macro y micro entorno que intervienen para su implementación y las normas constitucionales bajo las cuales se amparará el proyecto.

1.1 Diagnóstico

La comunidad San Francisco de Sachapamba se encuentra ubicada a 4 kilómetros de la cabecera parroquial Cahuasquí a una altura aproximada de 2507 msnm. Posee un clima templado-frío con una temperatura que oscila entre 5-19 °C. Su principal fuente de economía es la agricultura que se enfoca sobre todo en productos como fréjol, maíz, arveja, habas, tomate de árbol, granadilla, entre otros, y la ganadería con la comercialización especialmente de ganado vacuno (Cevallos, 2015).

Figura 1 Comunidad San Francisco de Sachapamba



Nota. [Fotografía], por J. Sánchez, 2019

La comunidad ha venido existiendo por más de 80 años. Se puede mencionar que su nombre proviene de dos vocablos quechuas: Sacha “monte” y Pamba “planicie, llano”; que hace referencia a que en sus inicios fue un lugar plano con mucha vegetación. Condición por la cual los primeros asentamientos lo establecieron como apto para habitar, así las personas que vivían en lugares lejanos especialmente de las comunas Santa Polonia, La Florida y Buenos Aires decidieron hacer sus casas y formar sus familias en dicho espacio y así se originaron las primeras poblaciones sedentarias en el lugar.

Actualmente la comunidad cuenta aproximadamente con 280 habitantes. La administración se realiza por medio de una directiva que es electa cada año mediante una asamblea general con la presencia de todos los usuarios de la comunidad. Tiene acceso a servicios básicos como: agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, transporte público y privado, asistencia médica, educación, vías de acceso de segundo orden, alumbrado público y recolección de residuos. También cuenta con otros servicios como espacios para la recreación, una iglesia donde se reúnen para celebrar festividades religiosas, una casa comunal donde se realizan las fiestas y reuniones comunales, acceso gratuito a Wifi, un estadio y también cuenta con una infraestructura (cabaña con todos los servicios) que está a disposición de la comunidad (Cevallos, 2015).

La comunidad, aunque no posee ningún establecimiento que brinde servicios turísticos, facilidades turísticas, señalización, ni tampoco atractivos turísticos registrados en el Ministerio de Turismo ni por el Gad Cantonal Urcuquí, este lugar cuenta con una inmensa riqueza paisajística y cultural por ser aprovechada. En lo cultural encontramos tradiciones y costumbres que forman parte del estilo de vida de los sachapambeños, donde están inmersos sus creencias o expresiones orales, medicina tradicional, saberes ancestrales, festividades, alimentación, entre otras. Entre sus platos tradicionales tenemos: colada de cao, tortillas de tiesto, sango de maíz de dulce, ají de pepa, cabishca de ocas, sopa de arrancados, sango de maíz de sal, locro de papas con pepas y paico, entre otros. Como podemos destacar, la riqueza gastronómica se conjuga con la diversidad agrícola de la zona, la sabiduría local y la habilidad e ingenio de sus habitantes de relacionarse unos con otros y de armonizarse con

la madre naturaleza en búsqueda del buen vivir. Entre su riqueza natural los recursos que más se destacan en la comunidad son: laguna de Yanacocha, Venado Cocha, Cerro Yanahurco, Cascada de Cundor Pacha, Cascada Nido de Cóndor, Laguna de Patococha, Laguna de Burrococha y los ríos: Tababara, Shanshuco y Santa Bárbara (GAD Municipal de Urcuqui, 2020).

1.2 Propuesta de la idea de negocios

La implementación de un *lodge* en la comunidad de San Francisco de Sachapamba orientado en fomentar el turismo inclusivo y el desarrollo sostenible, nace debido a que siempre ha existido una inclinación por trabajar en la comunidad y a su vez aprovechar los recursos naturales y culturales con los que esta cuenta. Además, ofrecer un servicio de alojamiento con un plus innovador, considerando que no existe ningún otro tipo de servicio de alojamiento en el lugar que acoja a los visitantes y les den la oportunidad de conocer un poco más de la cultura local.

Además, sea una nueva alternativa de generar ingresos económicos a través de un aprovechamiento responsable de la riqueza natural y cultural local, considerando que en la actualidad el turismo de naturaleza se ha potenciado dentro y fuera del país. Con este proyecto se tiene el objetivo de recibir al visitante local y nacional y brindarle una experiencia única gracias a la belleza paisajística del lugar, sumado a las facilidades de accesibilidad e infraestructura con las que contará el *lodge*. Además, con esta idea de negocio en el sector turístico permitirá aplicar todos los conocimientos adquiridos durante todo el proceso de preparación profesional y hacer de la idea de negocio algo tangible, exitoso y rentable en un futuro no muy lejano.

La necesidad a satisfacer es que el turista cuente con un espacio acogedor y amigable con el entorno para hospedarse en la comunidad. Además, un lugar donde se preocupen por el turista y sea la prioridad su seguridad y salud. Brindándole una alimentación saludable con productos de la zona e instalaciones accesibles para todo público. Un espacio de libre esparcimiento para que el turista se sienta como en casa, seguro, cómodo, ambiente acogedor,

comunicación respetuosa y servicios de calidad a su alcance. Y con todo lo mencionado, pueda alejarse de su rutina y disfrutar un día en el campo sin preocupaciones experimentando nuevas sensaciones, sabores y emociones.

El emprendimiento a implementarse es tipo privado, ya que el capital requerido para su implementación proviene de las personas que están a cargo de la investigación con recursos propios y la financiación de una entidad bancaria. Para empezar, se pretende brindar el servicio de alojamiento con una infraestructura innovadora como son las cabañas en forma de caracol. También ofrecer el servicio de alimentación en un área común donde puedan deleitarse de platos tradicionales. Y además como servicio complementario ofrecer actividades de agroturismo como siembra y cosecha de productos locales (haba, arveja, papa, maíz, fréjol, otros) dependiendo de la temporada, cosecha de frutilla de la variedad monterrey, paseo a caballo y senderismo hacia los ríos y cascadas que se encuentran cercanos al *lodge*. Todos los servicios con la mejor calidad y predisposición de atención al cliente.

1.3 Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios

La implementación de cabañas en forma de caracol, con el propósito que la estancia sea más agradable y tenga una mejor conexión con la naturaleza. Además, tenga espacio para disfrutar de una vista panorámica de las noches estrelladas, lluvia y amaneceres hermosos, dependiendo de las condiciones climáticas del lugar. Además, que por su forma se integra de mejor manera con la armonía del paisaje natural del lugar y que no se afecte a la calidad paisajística de la madre naturaleza.

Además, este lugar se caracterizará por su servicio inclusivo, debido a que contará con las instalaciones adecuadas para recibir a personas con discapacidad física conjuntamente con talento humano capacitado y con toda la predisposición de servicio y apoyo, para hacer de su estancia una experiencia inolvidable. De esta manera apuntar hacia un nuevo segmento de mercado que está en crecimiento y con el ejemplo aportar al bienestar e igualdad social. Por otro lado al encontrarse en un sitio natural también fomenta los 3 ámbitos de la

sostenibilidad para la realización de sus procesos y aportar a la concientización y conservación de los recursos naturales; cualidad que lo convertirá en un destino preferido para aquellos que disfrutan de un lugar natural en el que todo funcione en armonía con la madre naturaleza, comprometido en reducir progresivamente los impactos negativos producidos en sus inicios de operación hasta lograr un equilibrio con la naturaleza.

Además, en la comunidad donde se va a realizar este emprendimiento no existe ningún tipo de alojamiento turístico, ni en la parroquia a la que pertenece. El competidor directo es la Hostería Montaña de Luz ubicada a 40 minutos del futuro *lodge* en la parroquia Pablo Arenas, pero este solo ofrece el servicio de alojamiento y alimentación. En este caso el emprendimiento a desarrollarse ofrece cabañas en forma de caracol para hospedarse, alimentación tradicional y otras actividades de esparcimiento y conexión con la naturaleza. También contará con personal capacitado para brindar un servicio personalizado inglés-español, y con enfoque en la responsabilidad social por lo cual adecuará sus instalaciones de forma inclusiva.

1.4 Factores que intervienen en la idea de negocio

1.4.1 Análisis de la industria

1.4.1.1 Situación del macro ambiente.

Tabla 1

Factores del macro entorno

Político legal	Dentro del ámbito político legal se acoge a las diferentes normas jurídicas que rigen y controlan el comportamiento del ser humano para una buena convivencia con el resto de la sociedad y la naturaleza. Sobre todo, las normas que regulan la actividad turística dentro del país para la constitución legal de la empresa siguiendo el ordenamiento jurídico nacional
-----------------------	---

según se aplique. Y poniendo énfasis en las políticas públicas locales del GAD Parroquial de Cahuasqui, las cuales están formuladas para lograr el bien común. Entre estas están proteger y conservar la parte de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas. Obtener la declaratoria de áreas protegidas, de las zonas que sean pertinentes en la parroquia, forestación y reforestación de cuencas hidrográficas y áreas generadoras de potenciales riesgos para la población y las infraestructuras de servicios y gestionar la elaboración del estudio de riesgos de la parroquia y sus comunidades (Cevallos, 2015).

Socio cultural

La comunidad San Francisco de Sachapamba se encuentra conformada por alrededor de 280 habitantes. La mayoría de la población se identifica como mestizo. La comunidad cuenta con los servicios básicos de agua, luz y alcantarillado. Además, dispone de una Iglesia a la que acuden los pobladores, ya que de igual manera la mayoría tiene inclinación por la religión católica, para la realización de eventos y actividades recreativas cuenta con un salón de eventos, estadio y canchas de vóley. En cuanto a facilidades de transportación existe solo un turno de la cooperativa Urcuquí que llega hasta este lugar, otro medio para movilizarse son las camionetas de los mismos habitantes que realizan carreras.

Económico

En la comunidad las principales fuentes de ingresos económicos provienen de las actividades como ganadería y agricultura, de esta manera ellos sustentan su vida diaria y necesidades básicas. En cuanto a la actividad turística en la actualidad no representa una actividad predominante en lo económico, ya que se realiza en pequeña escala; con

recorridos o visitas a los atractivos naturales y culturales no muy frecuentes y de manera aislada a la comunidad (Cevallos, 2015).

Tecnológico

En cuanto a tecnología, al ser esta una comunidad rural no cuenta con muchos recursos económicos para que cada familia posea los principales materiales tecnológicos como celular, computador e internet; a pesar de que algunos si cuentan con estos servicios hay otras familias que recurren al uso del internet público que facilita el GAD.

Medioambiente

La comunidad cuenta con una gran riqueza natural, al encontrarse en una zona rural poco poblada y globalizada, mantiene los ecosistemas poco afectados por la mano del ser humano sus principales recursos son:

- Laguna de Yanacocha: Esta laguna se encuentra a 4 horas de la comunidad en una zona de páramo entre los 3.888 msnm.
- Cerro Yanahurco: Se encuentra a una altura de 4.535 msnm destacando por la variedad de flora y fauna que se puede encontrar, además es conocido por ser el punto más alto desde el que se puede admirar la belleza paisajística.
- Laguna Patococha: Este sistema lacustre se encuentra a 35 minutos de la comunidad a 4.051 msnm, constituido por un ecosistema de páramo en el que se puede visualizar especies de fauna como aves y mamíferos.
- Laguna Burrococha: Esta laguna se encuentra cercana a la anterior además se caracteriza porque se puede visualizar el color del fondo de la laguna en un tono rojizo lo que la convierte en un atractivo imprescindible a visitar.

-
- Cascada Cóndor Paccha: Se encuentra a 2.640 msnm con una altura de 30 metros, de la cual destaca sus aguas cristalinas y la belleza paisajística del sitio.
 - Cascada Nido de Cóndor: Esta cascada es una de las que se encuentra un poco más alejada de la comunidad, con 60 metros de altura es uno de los principales representantes de los recursos naturales (Cevallos, 2015).
-

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

1.4.1.2 Situación competitiva.

Tabla 2

Descripción de la situación competitiva

Infraestructura	En cuanto a infraestructura turística en la comunidad como señalética, puntos de información, establecimientos de alojamiento turísticos, facilidades turísticas, entre otros, no existen, debido que la actividad turística no es considerada como fuente de ingresos económicos y no se practica ninguna actividad en el lugar por parte de la comunidad. Es importante mencionar que existe en la comunidad una cabaña que cuenta con todos los servicios, fue creada para fomentar la actividad turística, pero no se le dio uso por falta de gestión y organización y hasta los últimos años continua sin uso alguno.
Inversiones de la industria	En base al PDOT Cahuasquí realizado por Cevallos (2015), no existe la inversión por parte de las autoridades locales en el área de turismo como alternativa de desarrollo. Pero sí existen objetivos enfocados a la protección ambiental, proyectos de mejora de los espacios públicos, garantizar a

todas las familias el acceso a los servicios básicos y mantenimiento de la vía que conecta a la comunidad con la cabecera parroquial, actividades que realizan conjuntamente con el apoyo del GAD cantonal Urcuquí.

Número de competidores El establecimiento de alojamiento más cercano de la zona se encuentra a 40 minutos de la comunidad, conocido como “Montaña de Luz”. El establecimiento cuenta con las comodidades básicas para recibir al turista, su infraestructura se basa sobre todo en ofertar un lugar de tranquilidad y conexión espiritual con el medio ambiente, así que su concepto está enfocado al minimalismo y la naturaleza, este establecimiento se consideraría como competidor por su ubicación estratégica (Montaña de Luz, 2020).

Además, hay que considerar que en lo que se refiere al servicio de alojamiento prestado por un *lodge* en la provincia serían 3 establecimientos, 1 de ellos ubicado en el cantón Urcuquí. Un total de 10 establecimientos considerados competidores ya que brindan en general el servicio de alojamiento y más actividades complementarias relacionadas con el disfrute de la riqueza natural y cultural de los lugares donde se encuentran. Información basada en la página del Ministerio de Turismo (2021) sobre los establecimientos turísticos registrados, año catastral 2021.

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

1.4.1.3 Situación del producto.

Tabla 3

Descripción de la situación turística

Condiciones de los productos y servicios de la industria	<p>En la actualidad existen muchos tipos de servicios y productos turísticos que se adaptan a los diferentes gustos del cliente lo cual les convierte en destinos más atractivos y preferidos por los mercados.</p> <p>Sin embargo a consecuencia de la situación actual que atraviesa el país, una crisis a gran escala debido a la pandemia mundial por coronavirus el turismo ha sido una de las industrias mayormente afectadas puesto que se dispuso medidas de distanciamiento social y no movilización por parte de los gobiernos para salvaguardar la vida de las personas, no obstante el turismo se encuentra en etapa de reactivación de sus actividades tomando en cuenta la nueva normalidad a la que se debe adaptar, por ejemplo Mashpi Lodge (2020) menciona que “reiniciar operaciones mientras mantenemos la salud y seguridad de nuestros clientes y personal, mejorar nuestros protocolos ya existentes, e incorporar otros nuevos de acuerdo con la situación”.</p> <p>El turismo en el Ecuador hizo una contribución directa al PIB 2,2% hasta el año 2019, donde el turismo receptor en el mismo período ha generado el ingreso de divisas de \$ 2.287,5, con estas cifras se sabe la importancia de esta actividad y poner en comparativa con el año 2020 que ha disminuido de manera precipitada.</p> <p>El programa “Ecuador Desde sus Raíces”, que tiene como objetivo fortalecer a las zonas rurales como el destino turístico sostenible, responde a los nuevos lineamientos y que se suma a la declaratoria de la Organización Mundial</p>
---	--

del Turismo que definió al 2020 como el “Año del Turismo y Desarrollo Rural”.

Certificaciones de la calidad (Q de calidad en turismo)

La certificación Q de calidad es aquella que se les otorga a los establecimientos turísticos que tienen una perspectiva sostenible, es decir deben cumplir con los principios de la sustentabilidad, la cual les otorga competitividad, mejor imagen y fiabilidad como empresa.

El Ministerio de Turismo (2015) menciona lo siguiente:

“Para ajustarse a la definición de turismo sostenible, los destinos deben adoptar enfoques interdisciplinarios, holísticos e integradores, que incluyan cuatro objetivos principales:

- i) Demostrar una gestión sostenible del destino;
- ii) Maximizar los beneficios sociales y económicos para la comunidad receptora y minimizar los impactos negativos;
- iii) Maximizar los beneficios para las comunidades, los visitantes y el patrimonio cultural y minimizar los impactos; y
- iv) Maximizar los beneficios para el medio ambiente y minimizar los impactos negativos.

Los criterios están diseñados para que se utilicen en destinos de todo tipo y escala”.

Esta certificación tiene el fin de colaborar con el cumplimiento de los objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas y fomentar en cada persona el sentido de conciencia sobre las actividades sostenibles.

Buenas prácticas (como aplican la bioseguridad y turismo responsable.	<p>El gobierno del Ecuador ha demostrado su preocupación por la actividad turística y las medidas que se tomarán para el recibimiento de los turistas, por eso ha puesto a disposición una guía general para el uso de equipos de bioseguridad y medidas sanitarias en establecimientos turísticos en zonas rurales, como: haciendas turísticas, hosterías, <i>lodges</i> y campamentos turísticos al momento de su reapertura. En la cual se establecen medidas para el procedimiento o protocolo a seguir en los establecimientos ante casos sospechosos o positivos de COVID-19, entre las más generales están:</p> <ul style="list-style-type: none">- Manténgase informado sobre los países que cuentan con circulación activa del virus.- Conozca los síntomas que presenta esta enfermedad.- Información sobre los lineamientos para COVID-19 por parte del Ministerio de Salud Pública.- Disposición del listado de hospitales que atienden esta emergencia, entre otros. (Ministerio de turismo, 2020)
--	--

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

1.5 Riesgos y oportunidades de la idea de negocio

A continuación, se realiza la matriz FODA para identificar las oportunidades, debilidades, fortalezas y amenazas que el presente proyecto presenta.

Tabla 4

Matriz FODA para la implementación del lodge

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">● Manejo del idioma inglés nivel B1.● Disponibilidad del terreno para la construcción.● Predisposición de familiares para inversión inicial.● Preparación académica en el sector turístico.● Brindar turismo inclusivo● Atención personalizada● Calidad de servicio	<ul style="list-style-type: none">● Falta de experiencia en el ámbito laboral.● Poco conocimiento para el manejo de personas con discapacidad física.
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">● No contar con personal capacitado en la comunidad para su posterior contratación.● Resistencia de la comunidad para las actividades a desarrollar fuera del área del <i>lodge</i>.● Falta de difusión y promoción turística por parte del GAD Cantonal.● Empresas de alojamiento turístico posicionadas.	<ul style="list-style-type: none">● Apoyo del GAD Parroquial a emprendimientos para diversificar la economía local.● Alianza con la Hostería Montaña de Luz para desarrollar actividades conjuntamente y optimizar recursos.● Aprovechamiento de la riqueza natural y cultural de la zona.● Turismo rural y comunitario en auge tras la pandemia.

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

1.6 Fundamentos teóricos

1.6.1 Turismo

Actividad humana que conlleva el deseo de satisfacer diversas motivaciones del turista, las cuales son variadas y sobre todo de carácter personal. Ante ello el sistema turístico debe trabajar para cumplir de manera personalizada y específica dichas necesidades. Lo que conlleva que el turismo sea diversificado, específico, social, económico y humano. Los desplazamientos humanos le ceden al turista la posibilidad de deleitarse en su travesía de numerosos paisajes, creando en él diversos eventos en la conformación de nuevas experiencias de orden turístico. Por lo que para lograr hacer turismo se debe contar con expectativas, deseos, anhelos, y sobre todo con la necesidad imperiosa de vivir situaciones de vida, cultural, social, fuera de su contexto habitual, por más de 24 horas y menores a 6 meses, haciendo uso de la estructura, infraestructura y superestructura turística, las cuales incrementan en todo momento su bagaje vivencial en todos los ámbitos que a este corresponde. (Guerrero y Ramos, 2015, p.180)

El turismo es una actividad que incluye a todas las actividades de ocio o recreativas que invitan a las personas a salir de la rutina y ser partícipes de las diferentes modalidades turísticas, además cabe recalcar que alrededor del mundo el desarrollo de la actividad turística aporta de manera significativa a la economía mundial.

1.6.2 Turismo sostenible

Según la Organización Mundial del Turismo (2005) menciona que el turismo sostenible es “aquel que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

Se entiende así que el turismo sostenible es aquel en el que se incluyen los intereses de las personas con el cuidado y conservación de la naturaleza

para un bien común y generar desarrollo gracias al aprovechamiento responsable de los recursos naturales y culturales.

1.6.3 Turismo inclusivo

Según la Federación de Autismo de Madrid (2013) define:

El turismo inclusivo es el turismo que permite la igualdad de oportunidades, de todas las personas, para desarrollar la totalidad de las acciones que componen la actividad turística de una manera segura, cómoda, autónoma y normalizada, y que además trata de buscar también la rentabilidad económica, buscando beneficiar tanto a la persona con discapacidad como a las empresas del sector.

Además la Organización Mundial de la Salud (2014) establece que el turismo accesible es el “conjunto de actividades realizadas durante el tiempo libre dedicado al turismo por personas con capacidades restringidas, que les posibilita su plena integración desde la óptica funcional y psicológica, obteniendo la plena satisfacción individual y social” (p.17), además la define como “un proceso que permite a las personas con discapacidad y a las personas mayores funcionar de manera independientemente, en igualdad de condiciones y con dignidad a través de la prestación de productos, servicios, y entornos universales en el turismo” (p.17).

En base a los tres conceptos se puede establecer que el turismo inclusivo busca brindar la oportunidad a los grupos vulnerables que han sido excluidos y se conviertan en parte esencial de la actividad turística garantizando las mismas oportunidades y experiencias placenteras, brindando todas las facilidades que necesitan y así lograr que el turismo se convierta en un verdadero derecho universal.

1.6.4 Ambiente

Según Meneses (2018) lo define como “un complejo entramado de relaciones entre factores físicos, biofísicos, sociales y culturales en el que ocurren las relaciones que conlleva la actividad humana y social” (p.15).

El ambiente es el conjunto de componentes bióticos y abióticos, donde suceden todos los procesos naturales, puesto que los mismos se interrelacionan. Cabe recalcar que cada uno de estos componentes tienen un objetivo dentro de la naturaleza para generar un equilibrio.

1.6.5 Destino turístico

Un destino turístico es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. (Organización Mundial de Turismo, 2019)

Se puede decir que un destino turístico es aquel espacio que está conformado por atractivos y recursos turísticos, el cual se encuentra de cierta manera posicionado ya que tiene una buena planificación y gestión para brindar los productos y servicios turísticos al visitante.

1.6.6 Innovación turística

La Organización Mundial de Turismo (2019) establece que es:

La introducción de un componente nuevo o perfeccionado que aporte ventajas materiales e inmateriales a los agentes del turismo y a la comunidad local, que mejore el valor de la experiencia turística y las competencias clave del sector turístico y que potencie, por lo tanto, la competitividad turística y/o la sostenibilidad.

La innovación como tal es una particularidad de primordial importancia para adaptarse o innovar los servicios y productos para abrirse a nuevos mercados debido a que el mundo y la sociedad están en constante cambio y la actividad turística debe cambiar e innovarse también.

1.6.7 Alojamiento turístico

Según el Ministerio de Turismo (2016) en su reglamento establece que:

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

Los alojamientos turísticos están al servicio de los visitantes que deciden desplazarse para visitar lugares o simplemente vivir la experiencia dentro de un alojamiento. Varios de ellos aparte de ofrecer hospedaje también incluyen otro tipo de servicios recreativos, de diversión o relajación, es posible encontrar una gran cantidad de conceptos desde sencillos, modernos, rústicos, minimalistas, hasta en medio de la naturaleza en forma de camping; por ello han conseguido adaptarse a todas las preferencias de los consumidores.

1.6.8 Lodge

En base al reglamento el Ministerio de Turismo (2016) lo define como:

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría. Ubicado en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje y mantiene la armonización con el ambiente. Sirve de enclave para realizar excursiones organizadas, tales como observación de flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros. Presta el servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones. (p. 9)

Este tipo de alojamiento se caracteriza por estar ubicado en lugares naturales donde predomina la tranquilidad, belleza del lugar y están alineados a la sostenibilidad tanto en sus procesos e infraestructura, para generar un mínimo de impactos negativos sobre el ambiente y la cultura de las poblaciones locales.

1.6.9 Personas con discapacidad física

La Organización Mundial de la Salud (2001) menciona que la “discapacidad

física o motora es aquella que ocurre al faltar o quedar muy poco de una parte del cuerpo, lo cual impide a la persona desenvolverse de la manera convencional”.

Diferenciar los tipos de discapacidades, su terminología y lo que cada una implica es importante para fomentar el turismo inclusivo, de esta manera se puede también fomentar el entendimiento y la empatía para las personas con condiciones diferentes.

1.6.10 Mercado

Según Kotler (2013) “un mercado es el conjunto de compradores actuales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o deseo particular que se puede satisfacer mediante relaciones de intercambio” (p.8).

El mercado es fundamental para el análisis del nivel de aceptación que tienen los productos y servicios dentro de la actividad turística, así mismo determinar a qué grupo objetivo de consumidores están dirigidos, ya que desde ese punto se puede encontrar el potencial de crecimiento y direccionar las estrategias de venta.

1.6.11 Oferta

Guerrero y Ramos (2015) definen a la oferta como “el conjunto de todos los productos, servicios y bienes, con condiciones pactadas específicamente sobre un precio, lugar, cantidad, forma y periodo de tiempo (denominados productos turísticos) que son atractivos para ser comprados por el visitante o consumidor” (p.171).

La oferta de productos y servicios es la base de la economía, debido a que se entrega un producto o servicio al consumidor y este a cambio da un valor económico, lo que produce un intercambio. Mayormente el intercambio es beneficioso para ambas partes, en este sentido es interesante las cualidades y diferenciación que se le da a la oferta para que represente un mayor alcance.

1.6.12 Demanda

La demanda es:

La cantidad de visitantes y empresas que en forma individual o colectiva se encuentran motivadas a consumir una serie de servicios, bienes o productos turísticos, que atienden a sus necesidades o exigencias, y que por los cuales están dispuestos a pagar a los diferentes precios en el mercado. (Guerrero y Ramos, 2015, p.180)

La demanda y oferta son las dos partes primordiales del turismo, por ello cada empresa que oferte algún tipo de producto o servicio turístico debe tener en consideración las necesidades o deseos que necesitan ser satisfechas por parte del consumidor y así se sienta motivado a adquirir dicho producto o servicio en el mercado.

1.6.13 Demanda insatisfecha

Según Andia (2011) determina que “es aquella en donde parte de una población o un conjunto de instituciones no reciben el servicio y/o producto que requieren, por lo tanto, la demanda es mayor que la oferta”.

Este concepto explica cuando un producto no alcanza las expectativas de los consumidores, se produce una etapa de subestimación hacia el servicio o producto, y por lo tanto puede ser rechazado por el mercado. Es vital tomar en cuenta que las promesas que se realiza al consumidor sean ser cubiertas por la empresa y cumplir a cabalidad con lo ofrecido, de lo contrario puede afectar al progreso de la misma.

1.6.14 Estudio técnico y administrativo

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de

inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Rosales, 2005)

Es así que el estudio técnico y administrativo permite establecer la estructura organizacional y operativa de la empresa, para que exista una buena gestión considerando la planificación, construcción, ejecución y control de cada una de las actividades y los esfuerzos vayan direccionados al logro de los objetivos planteados en un inicio.

1.6.15 Macrolocalización

Vargas (2011) menciona que es “El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuyen a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto”.

La macrolocalización sirve como instrumento para proporcionar una ubicación estratégica del proyecto, al mismo tiempo que se logra optimizar recursos, ya que es un parámetro importante que le proporcionará la predilección por parte de los clientes.

1.6.16 Microlocalización

La microlocalización abarca la investigación y comparación de los componentes, el costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad, considerando las variables mencionadas anteriormente en un mayor detalle (costos de terreno, facilidades de acceso a servicios públicos, facilidades administrativas o legales, etc.) Cuando se hace el estudio a nivel perfil, basta con identificar la zona para efectos de localización. (Meza, 2013, pág. 63)

Con la microlocalización el proyecto se puede identificar más específicamente en cuanto a su localización puntual y todo lo que esta ubicación implica como accesibilidad, estacionamientos cercanos, facilidades en cuanto a su geografía entre otras características.

1.6.17 Capital de trabajo

Para Saucedo (2020) es la “Inversión de una empresa en activos a corto plazo: efectivo, valores negociables, cuentas por cobrar e inventarios. El capital de trabajo neto son los activos circulantes menos los pasivos circulantes” (p.11).

El capital de trabajo es el recurso financiero con el que se cuenta como empresa para llevar a cabo los diferentes procesos productivos y generar valor en los productos y servicios para el cliente.

1.6.18 Estructura organizacional.

Según Ariza y Miranda (2015) mencionan que “La estructura es un sistema sólido donde se puede dividir en una estructura organizacional y funcional; implementando estrategias que fortalecerán la estructura organizacional de la empresa” (p.4).

La estructura organizacional ayuda a establecer las personas requeridas para conformar el talento humano y las actividades que deben realizar, además a determinar las competencias individuales pero que al final contribuyan a los objetivos generales de la misma. Hace que el trabajo en equipo se cumpla, ya que cada departamento está interrelacionado con los demás y en conjunto deben cumplir con los objetivos estratégicos de la empresa.

1.6.19 Marketing

Según Kotler (2013) define el marketing como “el proceso mediante el cual las empresas crean valor para sus clientes y generan fuertes relaciones con ellos para, en reciprocidad, captar el valor de sus clientes.” (p, 5).

El término marketing ha sido distorsionado por algunas personas ya que se cree que este término se refiere a solo publicidad, cuando está en realidad es una parte, ya que engloba mucho más que eso. Permite crear estrategias que aseguran la supervivencia de la empresa, por eso en su concepto se habla de un arte para atraer clientes, partiendo de hacer un análisis exhaustivo del perfil del mismo para presentar a la empresa como una verdadera necesidad para la vida cotidiana del cliente, generando en él sentimientos y emociones a

través de diferentes tácticas con la utilización de tecnologías, introducción de nuevos productos, distribución y precios.

1.6.20 Estudio de impacto ambiental

El estudio de impacto ambiental se refiere a “evaluar, dentro de lo que sea factible, la variedad total de impactos que las alteraciones de los hombres pueden producir en el medio ambiente de modo que se puedan tomar decisiones óptimas y evitar las consecuencias adversas” (Sbarato, Ortega, y Sbarato, 2016, p.25).

El estudio de los impactos ambientales es la primera etapa dentro de un proyecto para determinar los impactos que se generan y posteriormente crear alternativas de protección, mitigación o restauración en los ecosistemas naturales que serán intervenidos.

1.6.21 Impacto Ambiental

Español (2016) determina que son “las consecuencias o productos finales de los efectos, representados por las variaciones en los atributos del medio ambiente expresadas en términos cualitativos o cuantitativos” (p. 19).

Los impactos ambientales pueden ser positivos o negativos, dependiendo de las acciones que se realicen pueden afectar o beneficiar de cierta manera al ambiente, en la industria turística se sabe que todas las actividades generan un impacto de baja o alta magnitud que pueden alterar el medio ambiente.

1.6.22 Emprendimiento

Según Schnarch (2019) afirma que:

Se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para designar a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregan valor a un producto o proceso ya existente. (p.21)

Empezar con un emprendimiento es un gran reto en la actualidad ya que implica una buena gestión y organización, sin embargo, este término caracteriza

a las personas que se atreven a iniciar un negocio en las que propone su propio valor agregado para generar diferenciación y lograr estabilidad a corto, mediano y largo plazo.

1.6.23 Estudio económico financiero

Para Fernández (2016) define como “un método integral que permite valorar objetivamente, descubrir y movilizar las reservas internas. Las herramientas del análisis financiero se dedican principalmente a una evaluación histórica de la empresa” (p.1).

Para los proyectos de inversión es una parte fundamental realizar este estudio ya que aquí se determina los valores y toda la inversión monetaria que requerirá su implementación y funcionamiento.

1.6.24 Estado de situación inicial

En base a Pombo (2017, cómo se citó en Izaguirre, 2020) establece que: El Estado de Situación Financiera – E.S.F., también llamado Balance General, determina la posición económica de la compañía incluyendo lo que posee y cómo esto ha sido financiado. Presenta la información de la empresa como una fotografía, es decir, el contexto histórico. (p.17)

Así se puede mencionar que el estado de situación inicial permite conocer la situación real en la que se encuentra la empresa en un tiempo determinado. Además, este informe facilita al emprendedor la toma de decisiones financieras para el buen desempeño de la empresa, evitar fugas de capital y una buena gestión del talento humano.

1.6.25 TIR

Para Pérez (2017) la tasa interna de rentabilidad o tasa interna de retorno es “un indicador que proporciona el tiempo necesario para recuperar el capital que se ha invertido y, por tanto, expresa el momento en que los ingresos derivados del proyecto representan beneficios” (p.68).

La tasa interna de retorno nos permite calcular y hacer medible el tiempo de retorno del capital invertido a inicios en la empresa y poder así reinvertir ese

capital en innovación, investigación y capacitación para continuar brindando un servicio de calidad, lograr rentabilidad y permanencia en el mercado competitivo.

1.6.26 VAN

Según Pérez (2017) establece que “el Valor Actual Neto (VAN) relaciona el valor actualizado de los flujos de caja generados durante el desarrollo del proyecto con el valor de inversión inicial” (p.69).

Esta denominación determina lo que será una empresa en un futuro y como el cumplimiento de cada objetivo y las mejoras que se vayan dando podrán posicionarla de manera que al paso de los años se encuentre bien constituida y aumente su valor antes de que suceda lo contrario y llegue a un punto de declive.

1.6.27 Punto de equilibrio

A manera de definición “el punto de equilibrio (PE) se define como la herramienta de cálculo usada para determinar el nivel de ventas que permite a la empresa cubrir exactamente todos los costes que ésta genera fruto de su actividad” (Soriano, 2015, p.93).

El punto de equilibrio para la empresa es imprescindible tomar en cuenta debido a que, si no existe dicha estabilidad entre ingresos y gastos, puede ser que las finanzas de la empresa nos arrojen números negativos, por lo cual se requiere recurrir a una auditoría que nos ayude a identificar las acciones que estamos haciendo mal, corregirlo y lograr estabilidad en la empresa sin comprometer los activos de la misma.

1.7 Fundamentación legal

La actividad turística en nuestro país se encuentra regulada y controlada bajo diferentes normas que buscan un aprovechamiento responsable de los recursos naturales y culturales a nivel nacional con el objetivo de generar desarrollo y salvaguardarlos para las futuras generaciones. Por ello es importante mencionar bajo qué normas legales se ampara el proyecto para su implementación.

Tabla 5

Esquema fundamentación legal

NORMA	ARTÍCULO	FUNDAMENTACIÓN
Constitución del Ecuador	Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.	Este artículo avala el derecho al disfrute de los espacios y actividades, las cuales pondrá a disposición el proyecto, para todas las personas.
	Art. 47.- El Estado garantizará políticas de prevención de las discapacidades y, de manera conjunta con la sociedad y la familia, procurará la equiparación de oportunidades para las personas con discapacidad y su integración social.	La constitución atribuye una parte de la responsabilidad a la sociedad por la inclusión e integración que se desea ser partícipes con la creación de este <i>lodge</i> mediante el fomento de la accesibilidad para personas con discapacidades físicas.
Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021: Toda una Vida	Eje 1: Obj.3: Política 3.3: Precautelar el cuidado del patrimonio natural y la vida humana por sobre el uso y aprovechamiento de recursos naturales no renovables	El presente artículo da orientación sobre la conservación de los recursos de los cuales se sostiene la actividad turística y el cual se llevará a cabo con los ejes de la sostenibilidad dentro del establecimiento.
	Eje 1: Obj.1: Política 1.5: Fortalecer el sistema de inclusión y equidad social, protección integral, protección especial,	Considerando la actual situación mundial post pandemia mediante este emprendimiento se desea

	atención integral y el sistema de cuidados durante el ciclo de vida de las personas, con énfasis en los grupos de atención prioritaria, considerando los contextos territoriales y la diversidad sociocultural.	brindar seguridad y apoyar con las medidas que salvaguarden la vida de las personas y su buen vivir.
Ley Orgánica de Turismo	Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: a. Alojamiento; b. Servicio de alimentos y bebidas; [...]	Esta ley respalda la creación de un <i>lodge</i> que brinde como principal servicio el alojamiento, complementado con otras actividades y que el mismo se pueda desarrollar de manera privada con fines de lucro.
Reglamento de alojamiento turístico	Art. 12.- Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura. - Los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican en: a) Hotel H b) Hostal HS c) Hostería HT d) Hacienda Turística HA e) <i>Lodge</i> L f) Resort RS, [...]	Gracias a esta clasificación se puede determinar el tipo de alojamiento al que está más alineado está por su ubicación y oferta enfocada a brindar experiencias y satisfacer las necesidades de los turistas.
	Art. 13.- Categorías según la	Después de haber determinado

clasificación de los el tipo de establecimiento para establecimientos de alojamiento su creación y desarrollo, este turístico. - Es competencia artículo proporciona los privativa de la Autoridad Nacional lineamientos a los cuales el de Turismo establecer a nivel emprendimiento debe estar nacional las categorías oficiales dirigido. según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico y sus requisitos.

Ordenanza municipal

No 051-2016: Ordenanza para la Esta ordenanza ampara al planificación, regulación, control proyecto de manera que y gestión del desarrollo turístico permite desarrollar esta en el cantón San Miguel de actividad turística en la Urcuquí. comunidad de San Francisco de Sachapamba siempre y cuando se cumpla con las regulaciones emitidas por el GAD Municipal de San Miguel de Urcuquí.

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

CAPÍTULO II ESTUDIO DE MERCADO

En el presente capítulo se establece el mercado objetivo del proyecto a través de la investigación de mercado haciendo uso de las diferentes herramientas de recolección de datos, datos obtenidos que tras su interpretación y análisis brindan información relevante sobre las necesidades y preferencias de los visitantes a la hora de viajar.

Tomando como base la investigación realizada por el Ministerio de Turismo (2020) conjuntamente con un grupo público-privado de universidades a nivel nacional sobre el comportamiento del turista nacional después de la afectación de la pandemia, se puede suponer que las preferencias y comportamiento han cambiado y más del 50% de la población encuestada menciona que tiene planificado viajar a partir del 2021. Por ello es importante mencionar que este estudio se ha realizado bajo la nueva normalidad generada por la época de afectación del virus COVID-19 que azotó a nivel nacional desde marzo del 2020 y continúa hasta la presente fecha que se lo realiza enero 2021.

2.1 Diseño de la investigación de mercados

2.1.1 Tipo de investigación

2.1.1.1 Investigación documental.

Para Martínez (2012) afirma que:

La investigación documental se realiza consultando fuentes de información escritas, documentos de cualquier índole, libros (bibliográficas), revistas y periódicos (hemerográficas), electrónicas o fuentes primarias (bandas, cartas, oficios y expedientes) que se localizan en archivos públicos y privados e Internet; esto implica hacer uso de la técnica de análisis documental para la búsqueda de datos. (p.87)

Para el desarrollo de la presente investigación se enfatizó en algunos de los tipos de investigación más compatibles y provechosos para obtener la información necesaria, principalmente documental, el cual proporcionó lo

necesario para conocer la correcta implementación de un *lodge* y los aspectos de turismo inclusivo a tomar en cuenta.

2.1.1.2 Investigación descriptiva.

Bernal (2010) define que “Las funciones principales de la investigación descriptiva es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de ese objeto” (p.113).

Este tipo de investigación influyó en la determinación del perfil turístico, ya que se logró determinar los rasgos y características del mercado objetivo, el cual es necesario para identificar y desarrollar los servicios acordes a sus preferencias.

2.1.1.3 Investigación de campo.

Según Martínez (2012) menciona lo siguiente:

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

Con la investigación de campo se dio lugar a un análisis dentro de la realidad social que vive el turista al que está enfocado el proyecto, ya que por medio de encuestas se determinó algunas características y sus preferencias al momento que realizan viajes.

2.1.2 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra

Para este análisis se utilizaron dos métodos como son el probabilístico y no probabilístico. El primero para la población de personas con discapacidad donde se utiliza el método de muestreo aleatorio simple, ya que todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos y se cuenta con una base de la muestra que vienen hacer todos los integrantes que

conforman la organización "Venciendo barreras" con la que se está colaborando conjuntamente. Y el segundo para la población de personas sin discapacidad donde se utilizó el método por conveniencia, ya que solo se analiza al segmento nacional, individuos que se encuentran en nuestro entorno y están dispuestos a colaborar con el llenado de las encuestas.

2.1.2.1 Cálculo de la muestra.

En este estudio se utiliza dos muestras: la primera lo conforman los turistas nacionales que ingresan y pernoctan en el cantón Urququí y la segunda las personas con discapacidad física específicamente las personas que utilizan silla de ruedas.

2.1.2.1.1 Muestra para turistas nacionales.

Según datos arrojados por el Ministerio de Turismo (2018) en su Geoportal de Viajes Internos Turísticos del Ecuador (GEOVIT) tenemos un universo de 152.136 turistas que pernoctaron en el cantón Urququí durante el año 2018.

Para el cálculo de la muestra se utiliza la calculadora del tamaño de muestra de la página SurveyMonkey (2021):

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1 - p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1 - P)}{e^2 N} \right)}$$

Donde:

N = tamaño de la población (152.136)

e = margen de error (porcentaje expresado con decimales) (0.05)

z = puntuación Z (1.96)

Dando como resultado una muestra de **384** encuestas a realizar.

2.1.2.1.2 Muestra para personas con discapacidad física.

En este caso no se aplica la fórmula para calcular la muestra, ya que se trabaja conjuntamente con la organización "Venciendo barreras", encuestando a sus 16 integrantes. Es importante mencionar que la organización no posee un registro de sus integrantes y el dato se obtuvo mediante una entrevista a su

representante el Sr. Alejandro Flores. La organización se encuentra ubicada en la ciudad de Ibarra entre las calles Pedro Moncayo Nro. 1-53 y Salinas.

2.1.3 Instrumentos de recolección

La recopilación de la información se realizó mediante diferentes herramientas de recolección de datos, siendo las utilizadas en su momento las que se mencionan a continuación:

2.1.3.1 Encuestas.

Al tener dos muestras se realizaron dos encuestas: la primera encuesta dirigida a turistas nacionales, misma que consta de 13 preguntas cerradas, 12 de selección simple y 1 una de selección múltiple; que permiten conocer las preferencias del visitante a la hora de elegir un establecimiento de alojamiento turístico y su nivel de aceptación frente a la propuesta de implementación de un *lodge* inclusivo en la comunidad San Francisco de Sachapamba. La segunda encuesta realizada a los integrantes de la organización "Venciendo barreras", consta de 17 preguntas cerradas de selección simple, de la misma manera nos ayudan a conocer su motivación para realizar turismo, sus preferencias y el nivel de aceptación frente a la propuesta.

2.1.3.2 Entrevistas.

Se llevaron a cabo ocho entrevistas estructuradas en total de forma virtual y presencial. Las primeras cinco se realizaron a la competencia que ofrece el mismo servicio y se encuentran ya posicionados en el mercado. Entre ellos tenemos a la Hostería y Spa Pantavi, Hostería Hacienda Chachimbiro, Montaña de Luz, Guanabana Republic y Pondo Wasi *Lodge*. La entrevista constaba de 13 preguntas que permite obtener información importante sobre sus servicios, segmentos objetivos, medios de promoción, costos y su percepción sobre el turismo inclusivo y la inclusión social.

Y las tres restantes se realizaron a representantes y autoridades involucradas en el tema del turismo y la inclusión social. Así tenemos la entrevista realizada a la Sra. Inés Almeida activista de los derechos de las

personas con discapacidad, al Sr. Alejandro Flores representante de la organización "Venciendo barreras", mismas que constaba de 10 preguntas con el propósito de obtener información sobre su opinión en relación del sector turístico y la inclusión, medios de comunicación propicios para la socialización, facilidades requeridas para su hospedaje, entre otros. Finalmente, la entrevista realizada al Sr. Marco Salas concejal del municipio de Urcuquí, consta de 7 preguntas que permiten informarnos de cómo se encuentra actualmente la actividad turística en el cantón, gestiones realizadas para la inclusión social y trabajos mancomunados con otras organizaciones para impulsar el tema de la inclusión social en todos los sectores.

2.1.4 Resultados y discusión

Una vez aplicadas las encuestas y con los datos obtenidos, es necesario procesar la información recolectada para un análisis, comprensión e interpretación de la misma.

2.1.4.1 Análisis encuesta aplicada a turistas nacionales.

Pregunta 1: Género

Tabla 6

Pregunta 1

		Género	
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Femenino	211	54,9
	LGTBI	5	1,3
	Masculino	168	43,8
	Total	384	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

Con los resultados arrojados se puede interpretar que el mayor número de encuestas están representadas por el género femenino, precedido con una mínima diferencia el género masculino y con un mínimo porcentaje de participación el grupo LGTBI.

Pregunta 2: Edad

Tabla 7

Pregunta 2

Edad			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	10-20	70	18,2
	21-30	162	42,2
	31-40	95	24,7
	41-50	38	9,9
	Más de 5	19	4,9
	Total	384	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

En base con los datos arrojados en la tabla se deduce que el rango de edad de 21 a 40 años es predominante sobre el resto. El rango de edad de 10 a 20 años también representa un valor significativo, precedido por el rango de 31 a 40 años y con una mínima participación las personas mayores de 50 años.

Pregunta 3: Lugar de procedencia

Tabla 8

Pregunta 3

Lugar de procedencia		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Cayambe	5	1,3
	Ibarra	151	39,3
	Otavalo	38	9,9
	Otro	123	32,0
	Quito	35	9,1
	Tulcán	32	8,3
	Total	384	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

Con los datos obtenidos se puede establecer que en primer lugar con un mayor porcentaje de encuestados son procedentes de la ciudad de Ibarra. En segundo lugar, tenemos la opción otro, cabe aclarar que dichas respuestas provienen de encuestados que pertenecen al cantón Urcuquí y Cotacachi. En tercer lugar, con un mínimo porcentaje y frecuencia personas de Otavalo, Quito y Tulcán. Finalmente, con un valor no representativo tenemos la participación de personas pertenecientes al cantón Cayambe.

Pregunta 4: Nivel de instrucción

Tabla 9

Pregunta 4

Nivel de instrucción		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Primaria	31	8,1
	Secundaria	147	38,3
	Tercer nivel-Superior	182	47,4
	Cuarto nivel	23	6,0
	Ninguno	1	,3
	Total	384	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

La mayoría de las personas que respondieron la encuesta tienen o están cursando un nivel de instrucción de tercer nivel-Superior. En segundo lugar, tenemos a personas que tienen o están cursando el nivel de secundaria. En tercer lugar, están las personas que cursan o tienen un nivel de instrucción en la primaria. Cuarto lugar tenemos a las personas que tienen una instrucción de cuarto nivel. Finalmente tenemos tan solo una persona que no tiene ningún nivel de educación aprobado ni tampoco está en curso.

Pregunta 5: Ocupación

Tabla 10

Pregunta 5

Ocupación			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Empleado privado	75	19,5
	Empleado público	77	20,1
	Estudiante	142	37,0
	Otro	90	23,4
	Total	384	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

Con los resultados obtenidos se establece que la mayoría de los encuestados en relación a su ocupación son estudiantes. En segundo lugar, tenemos a personas que laboran en el sector público, precedido sin mucha diferencia personas que laboran en el sector privado. Finalmente, tan solo el 23,4% de los encuestados responden que tiene una ocupación diferente a las mencionadas anteriormente.

Pregunta 6: Nivel de ingresos mensuales

Tabla 11

Pregunta 6

Nivel de ingresos mensuales			
		<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Válido</i>	<i>De \$1001 a \$1500</i>	18	4,7
	<i>De \$401 a \$500</i>	59	15,4
	<i>De \$501 a \$1000</i>	78	20,3
	<i>Más de \$1500</i>	5	1,3
	<i>Menos de \$400</i>	224	58,3
	<i>Total</i>	384	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

Con los datos obtenidos podemos inferir que en primer lugar con un valor muy representativo tenemos a personas que tienen un ingreso menor al básico. En segundo lugar, personas que tienen ingresos en un rango de \$401 a \$1000 dólares mensuales. El tercer lugar tenemos a personas con un ingreso de \$1001 a \$1500 y en cuarto lugar con una representación mínima tenemos personas que tienen ingresos superiores a los \$1500 dólares.

Pregunta 7: Cuando hace turismo, prefiere hacerlo:

Tabla 12

Pregunta 7

Cuando hace turismo, prefiere hacerlo:			
		<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Válido</i>	<i>Amigo(a)s</i>	97	25,3
	<i>Familia</i>	238	62,0
	<i>Otros</i>	5	1,3
	<i>Pareja</i>	26	6,8
	<i>Solo (a)</i>	18	4,7
	<i>Total</i>	384	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

La mayoría de los encuestados responden que cuando realizan actividades turísticas lo realizan de preferencia en compañía de sus familiares. También se puede establecer un grupo representativo al cual le gusta realizar turismo en compañía de sus amigos. Una minoría respondió que le gusta viajar sea con su pareja o solo(a). Y en un escaso porcentaje prefiere hacerlo en compañía de otras personas que no se han mencionado con anterioridad.

Pregunta 8: ¿Qué tipo de turismo practica?

Tabla 13

Pregunta 8

¿Qué tipo de turismo practica?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Agroturismo	61	15,9
	Otros	27	7,0
	Turismo de aventura	121	31,3
	Turismo de sol y playa	82	21,4
	Turismo rural	93	24,0
	Total	384	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

Mayoritariamente la población encuestada respondió que sus actividades turísticas preferidas son las vinculadas con el turismo de aventura. Obtuvo una similar preferencia el turismo rural ya que ambos involucran el desarrollo de actividades en espacios naturales, la preferencia por turismo de sol y playa también fue evidente y por último el agroturismo.

Pregunta 9: ¿Dónde comúnmente busca información para elegir un lugar para hospedarse?

Tabla 14

Pregunta 9

¿Dónde comúnmente busca información para elegir un lugar para hospedarse?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Boca a boca	78	20,3
	Otros	23	6,0
	Páginas web	83	21,6
	Plataformas de reserva (Booking, Despegar, otros)	27	7,0
	Redes sociales (Facebook, Instagram, Otros)	173	45,1
	Total	384	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

El uso de la tecnología en la actualidad ha desatado el que la población pase mucho tiempo en redes sociales, por lo cual esta opción fue la que primordialmente escogieron para manifestar que es el medio por el cual se mantienen más informados sobre establecimientos de alojamiento. Con un menor número se encuentran las páginas web, casi a la par con la transmisión de boca a boca de esta información, y por último se puede evidenciar que casi no se utilizan las plataformas de reserva.

Pregunta 10: *Cuando Ud. escoge un lugar para su estadía ¿qué es lo que más considera?*

Tabla 15

Pregunta 10

Cuando Ud. escoge un lugar para su estadía ¿qué es lo que más considera?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Contacto con la naturaleza	36	9,4
	Ofrece actividades complementarias	23	6,0
	Otros	4	1,0
	Popularidad del lugar	27	7,0
	Precios cómodos	155	40,4
	Seguridad y accesibilidad	139	36,2
	Total	384	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

La población escogió como primera opción para elegir el lugar de pernoctación la variable de precios cómodos, de igual manera consideran bastante importante la accesibilidad y seguridad que este tenga. Las opciones de contacto con la naturaleza, ofrece actividades complementarias y popularidad del lugar obtuvieron la menor cantidad de resultados.

Pregunta 11: ¿Estaría dispuesto a hacer uso de los servicios del *lodge*?

Tabla 16

Pregunta 11

¿Estaría dispuesto a hacer uso de los servicios del *lodge*?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	No	21	5,5
	Si	363	94,5
	Total	384	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

Los encuestados mayoritariamente para esta pregunta respondieron que sí estarían dispuestos o les gustaría hacer uso de los servicios que ofrecerá el *lodge*, sin embargo, un mínimo número manifestó que no estarían dispuestos.

Pregunta 12: ¿Cuánto considera adecuado pagar por el servicio de alojamiento incluido el desayuno por noche?

Tabla 17

Pregunta 12

¿Cuánto considera adecuado pagar por el servicio de alojamiento incluido el desayuno por noche?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	De \$25 a \$30	285	74,2
	De \$31 a \$35	69	18,0
	De \$36 a \$40	25	6,5
	Más de \$40	5	1,3
	Total	384	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

Para la población encuestada el valor que consideran adecuado pagar por el servicio de alojamiento incluido el desayuno por noche es de \$25 a \$30, una pequeña parte considera que el costo debería estar entre \$31 a \$35 y otra parte aún más reducida de los encuestados consideran que el valor debería ser entre \$36 a \$40 o más de \$40.

Pregunta 13: ¿Qué servicios adicionales le gustaría que se implementaran en el lodge?

Tabla 18

Pregunta 13

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Actividades de agroturismo	63	16,4
	Camping	58	15,1
	Camping; Senderismo	1	,3
	Otros	8	2,1
	Senderismo	65	16,9
	Zonas húmedas (Jacuzzi, piscina, sauna, turco, otros)	189	49,2
	Total	384	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

Las respuestas se inclinaron por la preferencia de la existencia de zonas húmedas en el establecimiento, además la actividad de camping y senderismo, también se puede visualizar el interés por realizar actividades de agroturismo y un mínimo supo manifestar que requeriría otro tipo de actividades.

2.1.4.1.1 Discusión.

Tras la tabulación de las encuestas aplicadas y un cruce de variables se puede determinar que el proyecto a implementarse tiene un significativo nivel de aceptación. Además, está direccionado a satisfacer las necesidades del nuevo comportamiento del visitante como resultado de los efectos de la pandemia, que ha generado que exista en las personas una mayor tendencia en consumir servicios en establecimientos turísticos que se encuentran ubicados en zonas rurales donde existe un contacto con la naturaleza y no existan aglomeraciones de personas. Siendo además resultados obtenidos a través de las encuestas que permitieron conocer las preferencias y motivaciones de los encuestados a la hora de viajar.

Además, se puede mencionar que el comportamiento de los consumidores en base a su rango de edad y el nivel de ingresos económicos mensuales que perciben predomina el factor de ingresos menores a \$400 dólares, esto debido a que también es resultado de que el mayor número de encuestados son estudiantes que están cursando diferentes niveles de instrucción. Un segundo factor se presenta predominante en el rango desde los 21 años hasta más 50 años que perciben un ingreso entre los \$501 a \$1000 dólares. Por lo cual es evidente determinar que el comportamiento es progresivo, es decir, mientras más edad tiene mayores ingresos perciben.

En cuanto al comportamiento de los consumidores por rangos de edad con relación al tipo de turismo que practica, predominan dos tipos: turismo rural y turismo de aventura. Además, el rango de edad de 10 a 50 años muestra un tercer factor a considerar que es el turismo de sol y playa y también con una mínima diferencia le precede el factor de agroturismo. Por lo cual el servicio turístico a implementarse debe estar direccionado a personas entre los 21 a 40 años que gustan de realizar actividades en áreas rurales.

En base a los resultados arrojados en relación a las dos variables sobre el nivel de ingresos que percibe el encuestado y su consideración sobre el precio adecuado a pagar por el servicio de alojamiento del *lodge*, se puede deducir que el factor que predomina es el precio más económico valorado entre \$25 a \$30

dólares. También se presenta un segundo factor referencial como es el rango de \$31 a \$35 dólares. Además, se puede inferir con los datos que independientemente de su nivel de ingresos que tiene el encuestado, en su mayoría el valor adecuado que predomina a pagar por el servicio de alojamiento es el rango de \$25 a \$30 dólares, por lo cual el costo de los servicios a implementarse debe mantenerse y adaptarse dentro del rango antes mencionado.

Cuando se trata de buscar referencias para encontrar un lugar que brinde el disfrute y la experiencia de alojamiento que el consumidor desea tener, comúnmente lo hacen a través de redes sociales debido al actual auge de las empresas por realizar marketing por estos medios y a la vez que la población haga uso constantemente de los mismos. Además, porque se pueden encontrar fotografías, comentarios y otras alternativas que son fundamentales para realizar un filtro y poder elegir el lugar adecuado y para el grupo de personas que no utilizan tanto estos medios, prefieren realizar su filtro por medio del boca a boca, es decir, en base a criterios de amigos y del resto de su círculo social.

Como actividades complementarias en base a las respuestas es ofrecer zonas húmedas, camping y senderismo. Finalmente, se puede deducir que el proyecto tiene un nivel de aceptación muy alto por las personas que respondieron que si estarían dispuestos hacer uso de las instalaciones del *lodge*, debido a que les parece interesante las actividades que se desea implementar y el concepto con el que será ofertado.

2.1.4.2 Análisis encuesta aplicada a personas con discapacidad física.

Pregunta 1: *Género*

Tabla 19

Pregunta 1

Género			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Femenino	3	18,8
	Masculino	13	81,2
	Total	16	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

Las respuestas obtenidas dieron como resultado que la mayoría de personas son de género masculino y una minoría de género femenino.

Pregunta 2: *Edad*

Tabla 20

Pregunta 2

Edad			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	21-30	2	12,5
	31-40	3	18,7
	41-50	2	12,50
	Más de 50	9	56,2
	Total	16	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

La mayoría de encuestados están entre las edades de más de 50 años, seguido de 31 a 40 de manera minoritaria, al igual que en las edades entre 21 a 30.

Pregunta 3: *Lugar de procedencia*

Tabla 21

Pregunta 3

Lugar de procedencia

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Otro	1	6,25
	Ibarra	15	93,75
	Total	16	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

De los encuestados mayoritariamente su lugar de procedencia es de la ciudad de Ibarra y nada más uno de ellos pertenece a otra ciudad del país.

Pregunta 4: *Ocupación/formación*

Tabla 22

Pregunta 4

Ocupación/formación			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Empleado Público	4	25,00
	Empleado privado	1	6,25
	Otros	11	68,75
	Total	16	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

De los datos obtenidos la mayoría de los encuestados en su ocupación pertenecen a otros, 4 de ellos se encuentran como empleados públicos y uno pertenece al sector privado.

Pregunta 5: *Nivel de instrucción*

Tabla 23

Pregunta 5

Nivel de instrucción			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Primaria	9	56,25
	Secundaria	7	43,75
	Total	16	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

Los resultados arrojados fueron que la mayoría de la población encuestada se encuentra con un nivel de instrucción de primaria y secundaria. Se puede observar que ninguno respondió un nivel de instrucción de tercer nivel.

Pregunta 6: *Nivel* de ingresos mensuales

Tabla 24

Pregunta 6

Nivel de ingresos mensuales			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	De \$401 a \$500	4	25
	De \$501 a \$1000	1	6,25
	Más de \$1500	1	6,25
	Menos de \$400	10	62,5
	Total	16	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

La mayoría de respuestas para esta pregunta fue que la población tiene un nivel de ingresos menor a \$400, sin embargo 4 de ellos manifestaron que sus ingresos están entre 401 a \$500, otra persona entre \$501 a \$1000 y \$1500.

Pregunta 7: ¿Alguna vez pensó en hacer uso de algún servicio turístico y no lo hizo por diferentes razones que no le permitían hacerlo como: accesibilidad, inclusión social etc.?

Tabla 25

Pregunta 7

¿Alguna vez pensó en hacer uso de algún servicio turístico y no lo hizo por diferentes razones que no le permitían hacerlo como: accesibilidad, inclusión social etc.?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	No	10	62,5
	Si	6	37,5
	Total	16	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

Las respuestas fueron en su mayoría que no existieron ocasiones en las que, si deseaban viajar, pero no pudieron hacerlo por las distintas barreras de accesibilidad e inclusión, sin embargo, otros respondieron que si ya que al desear viajar no encontraron la manera más adecuada de hacerlo.

Pregunta 8: Cuando hace turismo, prefiere hacerlo:

Tabla 26

Pregunta 8

Cuando hace turismo, prefiere hacerlo:

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Amigo(a)s	7	43,75
	Familia	5	31.25
	Otros	3	18,75
	Pareja	1	6,25
	Total	16	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

Los encuestados manifestaron que para sus viajes prefieren viajar junto a sus amigos, aunque también prefiere realizarlo con familia, otros y una pequeña parte con sus parejas, es importante destacar que ningún encuestado escogió que preferiría hacerlo solo, lo que es una ventaja para el proyecto, ya que se busca que cuente con todas las facilidades para que las personas puedan hacer uso de sus instalaciones de forma libre con las debidas precauciones a tomarse por parte del personal.

Pregunta 9: ¿Cuándo Ud. escoge un lugar para su estadía que es lo que más considera?

Tabla 27

Pregunta 9

¿Cuándo Ud. escoge un lugar para su estadía que es lo que más considera?					
				Frecuencia	Porcentaje
Válido	Contacto con la naturaleza			1	6,25
	Infraestructura y accesibilidad adecuada			1	6,25
	Precios cómodos			8	50,0
	Seguridad y Accesibilidad			6	37,5
	Total			16	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

Con los resultados arrojados se puede interpretar que para la toma de decisión sobre el lugar a escoger para hospedarse en su mayoría los encuestados se inclinan por los precios cómodos. Aunque también se debe considerar al momento de ofrecer servicios a las personas con discapacidad física que el establecimiento cuente con la seguridad y accesibilidad necesaria para el disfrute de su estadía con la mayor independencia posible.

Pregunta 11: ¿Dónde comúnmente busca información para elegir un lugar para hospedarse?

Tabla 28

Pregunta 11

¿Dónde comúnmente busca información para elegir un lugar para hospedarse?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Boca a boca	15	93,75
	Páginas web	1	6,25
	Total	16	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

En base con los datos arrojados en la tabla se deduce que, aunque el uso de la tecnología en la actualidad ha desatado el que la población pase mucho tiempo en redes sociales, el grupo de personas encuestadas mayoritariamente respondieron que el boca a boca es el medio más usado para informarse sobre establecimientos de alojamiento, es decir por medio de la opinión y experiencias de las personas que viven y son parte de su entorno.

Pregunta 12: ¿Estaría dispuesto a hacer uso de sus servicios?

Tabla 29

Pregunta 12

¿Estaría dispuesto a hacer uso de sus servicios?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	12	75,0
	No	4	25,0
	Total	16	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

Todos los encuestados para esta pregunta respondieron que sí estarían dispuestos o les gustaría hacer uso de los servicios que ofrecerá el *lodge*, se infiera que la razón es debido a que contará con las facilidades que requieren para su fácil movilidad y uso de las instalaciones.

Pregunta 13: ¿Cuánto considera adecuado pagar por el servicio de alojamiento incluido el desayuno por noche?

Tabla 30

Pregunta 13

¿Cuánto considera adecuado pagar por el servicio de alojamiento incluido el desayuno por noche?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	De \$25 a \$30	13	81,25
	De \$31 a \$35	1	6,25
	De \$36 a \$40	1	6,25
	Más de \$40	1	6,25
	Total	16	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

En la población encuestada la mayoría considera que el valor adecuado a pagar por el servicio de alojamiento incluido el desayuno por noche debe estar entre los \$25 a \$30. En un porcentaje no muy significativo considera un costo superior al antes mencionado hasta los \$40 dólares, considerando que mientras más elevado es el costo, mejor es el servicio y la atención a recibir.

Pregunta 14: ¿Qué servicio adicional le gustaría que se implementaran en el lodge?

Tabla 31

Pregunta 14

¿Qué servicio adicional le gustaría que se implementaran en el lodge?				
			Frecuencia	Porcentaje
Válido	Actividades de agroturismo;	de	1	6,25
	Camping;		1	6,25
	Otros;		4	25,0
	Senderismo;		2	12,5
	Zonas húmedas		8	50,0
	Total		16	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

En base a los resultados arrojados se puede establecer que existe una preferencia sobresaliente como es por las zonas húmedas que se ofrezca en el establecimiento. También se puede visualizar de forma igualitaria el deseo por realizar actividades de agroturismo, camping y senderismo como otras opciones que se pueden implementar para satisfacer las diferentes necesidades presentes en el mercado.

Pregunta 15: ¿Cuán importante es para Ud. que los establecimientos de alojamiento turístico cuenten con las debidas infraestructuras y facilidades para un turismo inclusivo?

Tabla 32

Pregunta 15

¿Cuán importante es para Ud. que los establecimientos de alojamiento turístico cuenten con las debidas infraestructuras y facilidades para un turismo inclusivo?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Importante	3	18,75
	Muy importante	13	81,25
	Total	16	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

Con los datos obtenidos se establece que, para las personas encuestadas es muy importante la presencia de infraestructura adecuada con las debidas facilidades, mismas que les facilita hacer uso de las diferentes instalaciones sin limitaciones. Pero sobre todo se garanticen sus derechos y tengan las mismas oportunidades de vivir una experiencia turística inclusiva.

Pregunta 16: ¿Conoce otros establecimientos de alojamiento que cuenten con buenas prácticas de turismo inclusivo, tanto en talento humano, procesos e infraestructura?

Tabla 33

Pregunta 16

¿Conoce otros establecimientos de alojamiento que cuenten con buenas prácticas de turismo inclusivo, tanto en talento humano, procesos e infraestructura?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	No	10	62,5
	Si	6	37,5
	Total	16	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

Con los resultados obtenidos se puede evidenciar que existe un porcentaje considerable en cuanto a no conocer establecimientos de alojamiento que cuenten con buenas prácticas de turismo inclusivo. Y de los cuales respondieron que sí conocen mencionaron que son establecimientos ubicados en Baños de Agua Santa y en Chachimbiro.

Pregunta 17: ¿Cree que el turismo es una alternativa para la inclusión social?

Tabla 34

Pregunta 17

¿Cree que el turismo es una alternativa para la inclusión social?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	16	100,0
Total		16	100,0

Nota. Elaboración autoras con SPSS

Análisis:

Todos los encuestados en esta pregunta respondieron que sí consideran que el turismo es una alternativa para la inclusión social. Ya que el turismo genera oportunidades e involucra a todos los sectores sociales y productivos del país.

2.1.4.2.1 Discusión.

Primeramente, tras la aplicación de las encuestas entre las dos muestras utilizadas para esta investigación, se determina que existe un comportamiento similar entre las personas con discapacidad física y los turistas sin discapacidad. Lo que permite inferir que se encuentran motivados para realizar actividades turísticas y se convertirían en un segmento importante para este proyecto.

A continuación, se realizó un análisis de los resultados obtenidos por la tabulación y el cruce de variables. En base a su rango de edad y el nivel de ingresos económicos mensuales que perciben predomina el factor de ingresos menores o igual a \$400 dólares en la mayoría de los encuestados. Es importante mencionar que las personas encuestadas cuentan con un ingreso que les permite tener un estilo de vida estable y saludable. Un segundo factor, aunque en minoría nos indica que existen personas que tienen un ingreso mensual superior al básico hasta más de \$1500 en edades superiores a los 50 años. Por lo cual se puede inferir que el comportamiento es similar como se había mencionado con anterioridad, mientras más edad tiene mayores ingresos percibidos.

En relación a los rangos de edad de los encuestados y el tipo de turismo que practica, predomina de la misma manera el turismo rural en todas las edades. Además, en el rango de edad de 31 a 40 años muestra un segundo factor a considerar que es el turismo de aventura. Pero si hacemos una comparación, predominan en las dos encuestas el turismo rural y de aventura, con la diferencia que las personas con discapacidad física debido a sus condiciones tienen preferencia por el turismo rural sobre el de aventura por los equipos y la seguridad. Por lo cual se establece que el servicio turístico a implementarse debe estar direccionado a todas las personas que gustan de realizar actividades en áreas rurales.

En base a los resultados arrojados entre las dos variables sobre el nivel de ingresos que percibe el encuestado y su consideración sobre el precio adecuado a pagar por el servicio de alojamiento del *lodge* se puede deducir que el factor que predomina es el precio más económico valorado entre \$25 a \$30 dólares en las personas que perciben un ingreso menor a \$500 dólares mensuales.

También se presenta un segundo factor referencial como es el rango de \$31 a \$40 dólares. Estos datos permiten establecer que el valor adecuado a cobrar por el servicio de alojamiento incluido desayuno por noche debe estar dentro del rango de \$25 a \$35 dólares.

Mediante el cruce de variables también fue posible determinar el comportamiento en cuanto a las edades y las actividades que ofrezca un establecimiento como factor para hacer uso de sus servicios, fue evidente que para este grupo de personas es muy importante la existencia de zonas húmedas (piscina, sauna, turco, hidromasaje), con esto se puede establecer que el *lodge* debe incluir la oferta de este servicio ya que se vio reflejado como el preferido para la mayoría de edades.

En relación a la edad y con quien prefieren realizar sus viajes permite tener una visión más amplia del comportamiento del consumidor, ya que los resultados reflejaron que todos los rangos de edades prefieren viajar con amigos y familia, lo cual determina que mayormente harán uso de diferentes servicios acompañados, por consiguiente, representa una mayor ocupación o consumo de los lugares que deseen visitar. Aunque también desde otro punto, el establecimiento a implementarse busca contar con todas las facilidades para que dichas personas puedan movilizarse sin ninguna dificultad y disfrutar de su estadía.

Finalmente, en el último cruce de variables se realizó referente al nivel de aceptación que tuvieron los encuestados con el nivel de importancia que representa para ellos que los alojamientos cuentan con las adecuaciones de accesibilidad e inclusividad, este resultado reafirma positivamente la propuesta de la realización de un *lodge* inclusivo.

2.1.4.3 Análisis entrevistas aplicadas.

Se llevaron a cabo ocho entrevistas estructuradas de forma virtual y presencial. A continuación, se presenta un breve análisis de las entrevistas realizadas en base a las respuestas brindadas por los entrevistados de manera general, mismas que se encuentran en la parte final como anexos.

2.1.4.3.1 Entrevistas aplicadas a la competencia.

En base a las entrevistas realizadas a la competencia se puede establecer que todos los establecimientos están enfocados en brindar un servicio de calidad y donde el turista pueda sentirse cómodo. Además, tras los efectos de la pandemia que estamos viviendo el comportamiento de los turistas ha cambiado y es por ello que los establecimientos están direccionados netamente a un mercado nacional de las provincias de Pichincha, Tulcán, Imbabura y Esmeraldas. De la misma manera han tenido que disminuir a su personal laboral para poder cubrir los gastos operativos y por ello existen tan solo entre 2 a 10 personas como máximo trabajando en los diferentes establecimientos. Y es evidente que actualmente no cuenta con visitas internacionales que es lo contrario que ocurría antes de la pandemia donde en su mayoría tenía visitas internacionales.

En cuanto al número de visitantes que tienen han disminuido, pero si se mantienen en un rango de 25 a 100 personas al mes en su mayoría, aunque también existen vistas superiores a los 1000 turistas. El tiempo estimado de gasto por visitante en los establecimientos son de 1 día a 3 días, dependiendo de las actividades que se ofrecen. Es importante mencionar que los establecimientos además del servicio de alojamiento, también ofrecen servicios adicionales y algunos están implementando nuevas actividades que motiven al visitante a quedarse más tiempo de lo planificado. El costo de sus servicios oscila entre los \$30 a \$60 dólares por persona que sirve de referencia para la implementación del proyecto.

Además, en base a los medios utilizados para la publicidad sobresalen las redes sociales, página web y el boca a boca. En su mayoría considera que no tienen un competidor directo ya que cada uno de ellos es único con su propio estilo y valor agregado que le permite ser aceptado por el mercado. Referente al tema del turismo inclusivo en la mayoría de los establecimientos si cuentan con las facilidades para personas con discapacidad y creen firmemente que son un mercado potencial que falta aún por ser aprovechado y que el turismo es una alternativa para la inclusión ya que incluye a todos los sectores sociales y productivos.

2.1.4.3.2 Entrevistas aplicadas a representantes de organizaciones y autoridades.

Los activistas y representantes de las dos asociaciones de personas con discapacidad física manifestaron que existe mucho trabajo por hacer en cuanto a la inclusión social de todas las personas en el Ecuador, debido a que existen barreras para el libre desplazamiento y disfrute de las actividades turísticas. También mencionan que la principal vía para cambiar esta realidad y proporcionar un enfoque más consciente a la ciudadanía es optar por el cumplimiento de las políticas públicas que claramente citan el hecho de que todas las personas están en el derecho de gozar de una mejor calidad de vida, aunque esto aún no ha sucedido en su totalidad. Por ello si apoyan e incentivan la creación de proyectos turísticos que tengan un lado inclusivo, ya que de esta manera poco a poco la sociedad se concientiza humanitariamente para que todos los proyectos, establecimientos y actividades sean lo más accesible para todos.

El turismo inclusivo también es visto como una oportunidad y fortaleza para los atractivos turísticos que cuenten con infraestructura y accesibilidad adecuada, con ello están apuntando a un nuevo target que también generan rentabilidad, como los entrevistados mencionaron las personas con discapacidad física también tienen deseos o motivaciones por viajar, pero muchas veces no pueden hacerlo porque los establecimientos no han puesto atención a las adecuaciones que ellos requieren.

2.2 Segmentación de mercados

Tabla 35

Segmentación de mercados turistas nacionales

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS			
Producto turístico: “LODGE INCLUSIVO COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD SAN FRANCISCO DE SACHAPAMBA, URCUQUÍ, IMBABURA, ECUADOR”			
Segmentación Geográfica			
	Variable	Número	Porcentaje
País:	Ecuador	112153552	100%
Región:	Sierra	67043976	59,7%
Provincia:	Imbabura	2406852	2,1%
Ciudad:	Urcuquí	152136	0,13%
1er Resultado: 152136 personas de la ciudad de Urcuquí			
Segmentación Demográfica			
	Variable	Número	Porcentaje
Género:	Masculino	66635	48,5%
Edad:	20-40	14650	16,7%
Estado civil:	Solteros	6593	45%
	Casados		
Ocupación:	Trabajan	5933	90%
	Estudian		
Ingresos:	<=400	2373	40%
Género:	Femenino	83522	54%
Edad:	20-40	54160	35,5%

Estado civil:	Solteras Casadas	54160	35,5%
Ocupación:	Trabajan Estudian	63775	41,9
Ingresos:	<=400	54160	35,5%

2do Resultado:

- *Masculino: 66635 de la ciudad de Urcuquí, entre las edades de 21 a 40 que son solteros o casados, que trabajan o a la vez estudian ya que no existe mayor diferencia entre los dos, además que sus ingresos están alrededor de \$400.*
- *Femenino: 83522 mujeres de la ciudad de Urcuquí, entre las edades de 21 a 40 años que sean solteras o casadas, que trabajan o estudian, y que sus ingresos sean menores o alrededor de \$400.*

Segmentación Psicográfica

	Variable	Número	Porcentaje
Nivel Socioeconómico	Medio-Bajo -C	86717	56,9%

3er Resultado: 149157 personas entre hombre y mujeres en Urcuquí entre las edades de 21 a 40 años que son solteros o casados, que trabajan o a la vez estudian ya que no existe mayor diferencia entre los dos, además que sus ingresos están alrededor de \$400, que por las características de su nivel de ingresos se encuentran en un nivel socioeconómico de Medio-Bajo es decir de tipo -C.

Segmentación Conductual

	Variable	Número	Porcentaje
Estilo de vida	Aventureros y Amantes de la naturaleza	12901	84,7%

Mercado meta: 129011 hombres y mujeres que viven en la provincia de Imbabura, de 21 a 40 años de edad que son solteros o casados, que trabajan o a su vez estudian y tienen un nivel de ingresos entre \$400, que pertenecen a un nivel socioeconómico medio y bajo de tipo -C y que se consideran con un perfil aventurero y amantes de la naturaleza.

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 36

Segmentación de mercados personas con discapacidad física

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS PERSONAS CON DISCAPACIDAD FÍSICA			
Producto turístico: “LODGE INCLUSIVO COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD SAN FRANCISCO DE SACHAPAMBA, URCUQUÍ, IMBABURA, ECUADOR”			
Segmentación Geográfica			
<i>Variable</i>		<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
País:	Ecuador	218927	100%
Región:	Sierra	130700	59,7%
Provincia:	Imbabura	5316	2,4%
Ciudad:	Urcuquí	184	0,08%
1er Resultado: 184 personas de la ciudad de Urcuquí.			
Segmentación Demográfica			
<i>Variable</i>		<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
Género:	Masculino	144	78,26%
Edad:	50	4	2,17%
Estado civil:	Solteros Casados	6	3,26%
Ocupación:	Trabajan	6	3,26%
Ingresos:	<=400	3	1,63%
Género:	Femenino	40	21,74%
Edad:	21-40	1	0,54%
Estado civil:	Solteras Casadas	1	0,54%
Ocupación:	Trabajan	1	0,54%

Ingresos: <=400 1 0,54%

2do Resultado: 144 hombres y 40 mujeres que viven en la provincia de Imbabura, de 50 o más en el caso de los hombres y de 21 a 40 años de edad en el caso de las mujeres, que son solteros o casados, que trabajan y tienen un nivel de ingresos alrededor de \$400.

Segmentación Psicográfica

Variable	Número	Porcentaje
Nivel Socioeconómico Medio-Bajo	8	70%

3er Resultado: 8 hombres y mujeres que viven en la provincia de Imbabura, de 50 o más en el caso de los hombres y de 21 a 40 años de edad en el caso de las mujeres, que son solteros o casados, que trabajan y tienen un nivel de ingresos alrededor de \$400, caracterizándose en un nivel socioeconómico de medio a bajo.

Segmentación Conductual

Variable	Número	Porcentaje
Estilo de vida Aventureros y amantes de la naturaleza	8	80%

Mercado meta: 8 hombres y mujeres que viven en la provincia de Imbabura, de 50 o más en el caso de los hombres y de 21 a 40 años de edad en el caso de las mujeres, que son solteros o casados, que trabajan y tienen un nivel de ingresos alrededor de \$400, caracterizándose en un nivel socioeconómico de medio a bajo, que se consideran aventureros y amantes de la naturaleza.

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Como resultado el segmento de mercado al que está dirigido el *lodge* es especialmente mercado nacional, personas provenientes de la provincia de Imbabura y Pichincha, de todos los géneros. Los cuales comprenden edades entre 20 a 40 años, además trabajan o tienen otra fuente de ingresos y se encuentran en un nivel socioeconómico entre clase media y baja. Este segmento de mercado disfruta de realizar turismo rural junto a familiares, amigos y parejas, además se identifican como personas aventureras y amantes de la naturaleza.

2.3 Análisis de la oferta

Tabla 37

Resumen de atractivos turísticos naturales

Nombre		Categoría	Tipo	Subtipo
Laguna de Yanacocha		Sitio natural	Ambiente lacustre	Laguna
Cerro Yanahurco		Sitio natural	Montaña	Media montaña
Laguna Patococha		Sitio natural	Ambiente lacustre	Laguna
Laguna Burrococha		Sitio natural	Ambiente lacustre	Laguna
Cascada Pacha	Condor	Sitio natural	Ríos	Cascada
Cascada Córdor	Nido de	Sitio natural	Ríos	Cascada

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Los atractivos turísticos de la zona muestran una gran riqueza natural, la cual fortalece las preferencias de la población, ya que se comprobó que la mayoría desea estar en contacto con la naturaleza y cada uno de estos atractivos cuenta con una belleza paisajística única, flora y fauna nativa, para brindar la mejor experiencia al visitante.

Tabla 38

Oferta de alojamiento turístico

Nombre	Tipo	Ubicación	Cant. de habitaciones	Cant. de turistas anuales	Estrellas
Montaña de Luz	Hostería	Pablo Arenas	4 cabañas	240	3

Hostería Hacienda Chachimbiro	Hostería	Cantón Urcuquí, vía Chachimbiro	16 habt. y 3 cabañas	1.560	3
hostería y Spa Pantavi	Hostería	Parroquia Tumbabiro	22 habt.	360	3
Guanaba Republic	Balneario	Vía a San Lorenzo	-	14.400	-
Pondo Wasi Lodge	<i>Lodge</i>	La Esperanza	12 cabañas	21.600	3

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Los establecimientos de alojamiento turístico ya nombrados son competencia de manera directa o indirectamente del *lodge*, ponen a disposición el servicio de alojamiento y alimentación, brindan servicios adicionales y además cuentan con características muy similares, por ejemplo, el estar ubicados en zonas rurales y ofertan diferentes actividades que involucran el contacto con la naturaleza.

Tabla 39

Proveedores

Nombre	Tipo de producto	Ubicación	Observaciones
Sr. Pasquel	Transporte	Ibarra	Empresa de transporte adaptado para brindar servicio a personas con discapacidad física (silla de ruedas), con contrato.
Comercial Don Gato	Viveres	Ibarra	Empresa para el abastecimiento de víveres, con contrato.
Zone Art	Publicidad	Ibarra	Empresa privada publicitaria, sin contrato.
Eco-Huerta Paquita: Alimentos	Plántulas de hortalizas y plantas medicinales	Tabacundo	Emprendimiento el cual nos proveerá de las semillas y plántulas para su cultivo en el <i>lodge</i>

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Los proveedores antes mencionados se eligieron por su calidad de servicio, atención y productos que ofrecen. Están ubicados en la ciudad de Ibarra y Tabacundo por lo que el contacto y pedidos se harán por vía telefónica. Los servicios o productos que se adquirirán de los proveedores serán los que no se pueden encontrar en la comunidad donde se implementará el *lodge*. Ya que como parte de la responsabilidad social que tiene la empresa, busca aportar al desarrollo local y por ello se adquirirán principalmente productos y servicios de la comunidad.

2.4 Proyección de la competencia

Tabla 40

Cantidad promedio de turistas anuales

Nombre del establecimiento	Cant. de turistas 2020	Promedio anual
Montaña de Luz	240	48
Hostería Hacienda Chachimbiro	1.560	312
Hostería y Spa Pantavi	360	72
Guanaba Republic	14.400	2880
Pondo Wasi Lodge	21.600	4320
Total	38.160	7.632

Nota. Elaboración autoras en base a las entrevistas realizadas

El promedio anual total se obtiene de la cantidad de turistas totales dividido por la cantidad total de establecimientos estudiados. En este caso el promedio de turistas que arribaron a los diferentes establecimientos que representan la competencia es de 7.632; este es el valor de donde se parte para realizar la

proyección de la oferta del 2022. Además, tenemos que considerar que según un estudio realizado por el Ministerio de Turismo la mayoría de las personas tiene planificado retomar sus viajes recién a partir de este año 2021, por ello además el proyecto se implementará también a partir del siguiente año.

A continuación, se procede a proyectar la oferta para los próximos 10 años utilizando la siguiente fórmula:

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

Donde:

C_n= oferta futura

C_o= oferta actual

i= tasa de crecimiento en base al Ministerio de Turismo es del 11%

n= año proyectado, a un tiempo de 10 años

Tabla 41

Proyección de la oferta en los próximos 10 años

Años	Oferta
Año 0	7632
Año 1	8471
Año 2	9310
Año 3	10437
Año 4	11578
Año 5	12852
Año 6	14275
Año 7	15845
Año 8	17588
Año 9	19522
Año 10	21670

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Con base en los datos arrojados aplicando la fórmula podemos observar que dentro de 10 años tendremos una oferta de 21.670 plazas para los turistas. Mismas que dependerá de las estrategias implementadas por los establecimientos para captar el mayor porcentaje de turistas.

2.5 Análisis de la demanda

Para determinar la demanda potencial hay que tomar en cuenta dos aspectos importantes: el mercado meta resultante de la segmentación de mercados y el porcentaje de consumidores que muestran preferencia por el producto (encuestas aplicadas).

Tabla 42

Cálculo de la demanda potencial

	Turistas sin discapacidad	Turistas con discapacidad física
Población universal objetivo	152.136	2.740
% de aceptación de la oferta	94.5%	75%
Demanda potencial	143.769	2.055

Nota. Elaborado con los datos obtenidos de la encuesta.

Los datos establecidos en la tabla de la población universal objetivo fueron tomadas de fuentes confiables. Así, tenemos para los turistas nacionales se tomó del Geoportal de Viajes Turísticos Internos del Ecuador (GEOVIT) del Ministerio de Turismo del año 2018 y para las personas con discapacidad física de la página Estadísticas de discapacidad del Consejo Nacional para la igualdad de discapacidades del año 2020.

2.6 Proyección de la demanda

La proyección se realizará para los próximos 10 años al igual que la oferta. Para ello se aplicará la fórmula del incremento poblacional compuesto,

agrupando los dos valores de la muestra potencial, dando como resultado de un valor total de 145.824 clientes potenciales iniciales.

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

Donde:

Cn = Incremento compuesto

Co = Número de clientes iniciales (N * el % de aceptación del proyecto, según la encuesta aplicada) /100%.

i = Índice de crecimiento turístico (dato del Ministerio de Turismo 11%)

n = Años a proyectar (período a proyectar, en este caso, 2022- 2031)

Tabla 43

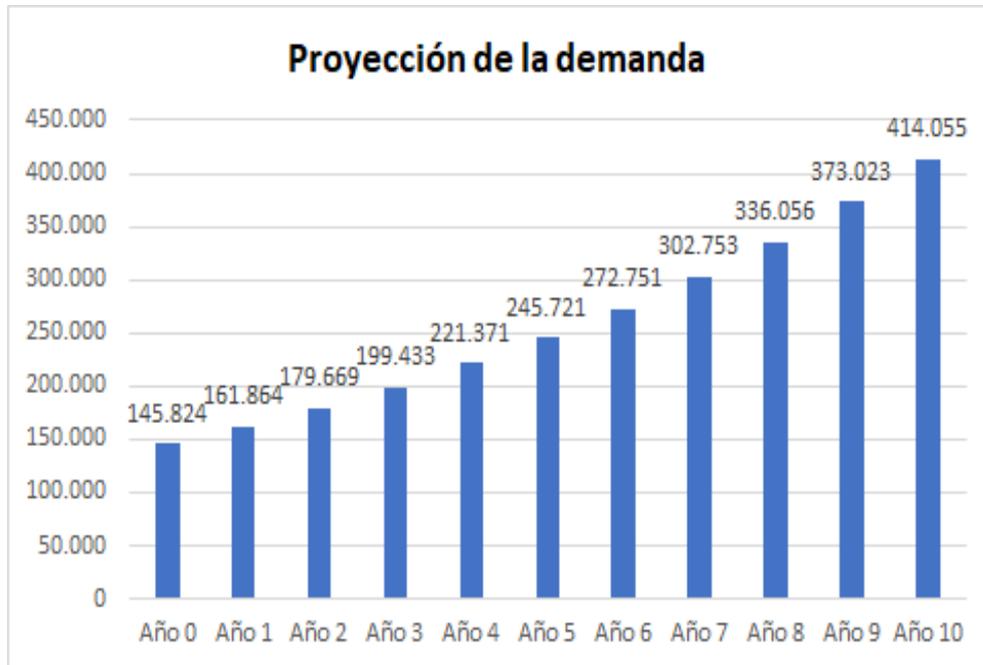
Proyección de la demanda potencial en 10 años

Demanda potencial	Proyección
Año 0	145.824
Año 1	161.864
Año 2	179.669
Año 3	199.433
Año 4	221.371
Año 5	245.721
Año 6	272.751
Año 7	302.753
Año 8	336.056
Año 9	373.023
Año 10	414.055

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Figura 2

Proyección de la demanda potencial



Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Como se puede observar en la tabla y su representación gráfica para el primer año tenemos 145.824 clientes potenciales y dentro de 10 años tendremos aproximadamente 414.055 clientes potenciales, a los cuales dependiendo de la capacidad del establecimiento se busca ofertar y motivarlos a hacer uso de los servicios ofertados a través de diferentes estrategias de marketing a desarrollarse.

2.7 Demanda insatisfecha

Para realizar el cálculo de la demanda insatisfecha es importante trabajar con los datos obtenidos en las tablas anteriores sobre la proyección de la competencia y la proyección de la demanda potencial, y la diferencia entre los dos valores antes mencionados da como resultado la demanda insatisfecha.

Tabla 44*Proyección de la demanda insatisfecha en 10 años*

Año	Demanda potencial	Competencia	Demanda insatisfecha
Año 0	145.824	7632	138.192
Año 1	161.864	8471	153.393
Año 2	179.669	9310	170.359
Año 3	199.433	10437	188.996
Año 4	221.371	11578	209.793
Año 5	245.721	12852	232.869
Año 6	272.751	14275	258.476
Año 7	302.753	15845	286.908
Año 8	336.056	17588	318.468
Año 9	373.023	19522	353.501
Año 10	414.055	21670	392.385

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Con los datos obtenidos se procede a calcular la demanda objetiva, es decir el número de turistas que podrá acoger el establecimiento en base a diferentes criterios como su infraestructura y capacidad de carga.

Tabla 45*Proyección de la demanda objetiva en 10 años*

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva
Año 1	153.393	6.135
Año 2	170.359	6.814
Año 3	188.996	7.559
Año 4	209.793	8.391

Año 5	232.869	9.314
Año 6	258.476	10.339
Año 7	286.908	11.476
Año 8	318.468	12.738
Año 9	353.501	14.140
Año 10	392.385	15.695

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

La demanda objetiva es igual al valor de la demanda insatisfecha de cada año, multiplicado por el porcentaje a captar de la demanda insatisfecha (4%), dividido para el 100%. Se establece captar el 4% de la demanda insatisfecha para garantizar una estadía armoniosa, atención personalizada, cuidar del ambiente que se encuentra en el área de influencia del proyecto y sobre todo en base a la capacidad de carga que tiene el *lodge*. Considerando que tendrá una capacidad para 22 personas al día y se atenderá todos los días incluso fines de semana, logrando cubrir la demanda objetiva del primer año.

Además, considerando que en el cantón Urcuquí en base al registro de establecimientos de alojamiento turístico que maneja el Ministerio de Turismo hasta el 2020 existen 13 establecimientos de alojamiento turístico, que en conjunto tienen una capacidad ocupacional de 567 plazas por día, lo que también confirma que el *lodge* si se encuentra en la capacidad de cubrir el 4% de la demanda insatisfecha.

CAPÍTULO III ESTUDIO TÉCNICO Y ADMINISTRATIVO

En el presente capítulo se establece e identifica de manera óptima y rentable la localización del *lodge*, además todo lo referente a los recursos necesarios para su implementación como materia prima y talento humano, los costos e inversiones que conlleva cubrir estos requerimientos para el correcto funcionamiento de los procesos productivos del *lodge*.

Tomando en cuenta la actual situación por la que está pasando el mundo se convierte en un momento decisivo para la economía y el direccionamiento que va a tener la actividad turística, es por eso que el *lodge* será implementado a partir del próximo año, en el cual se aspira que la situación se estabilice. Sin dejar atrás que será imprescindible incluir los temas de bioseguridad turística, de tal manera que el establecimiento brinde las mejores condiciones para proteger la salud del consumidor, y que garanticen el cumplimiento de las directrices que han propuesto las autoridades para la seguridad sanitaria nacional.

3.1 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

3.1.1 Macrolocalización

La implementación del *lodge* inclusivo se realizará en:

Continente: América (América del Sur)

País: Ecuador

Provincia: Imbabura

Cantón: Urcuquí

Parroquia: Cahuasquí (Figura 3)

3.1.2 Microlocalización

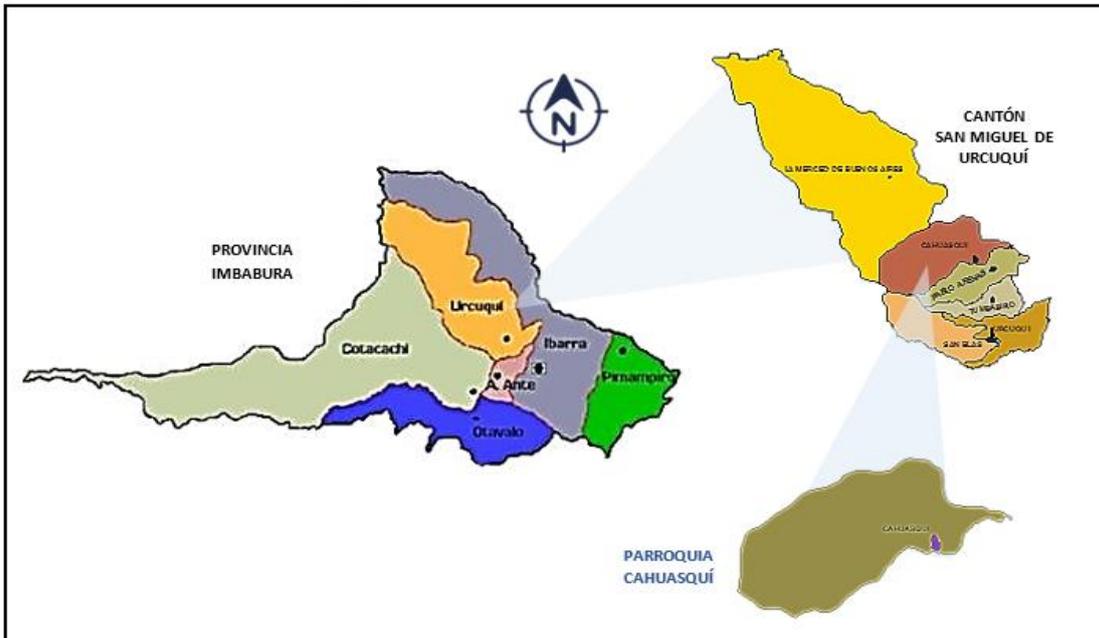
El *lodge* inclusivo estará ubicado en la comunidad San Francisco de Sachapamba, a 4 kilómetros de la cabecera parroquial Cahuasquí. En las coordenadas 0.4917 latitud Norte y -78.2524 longitud Este, con una altura de 2507 msnm. (Figura 4)

Figura 3
Macrolocalización del lodge



Nota. Ubicación del proyecto en el subcontinente América del Sur dentro del continente americano.

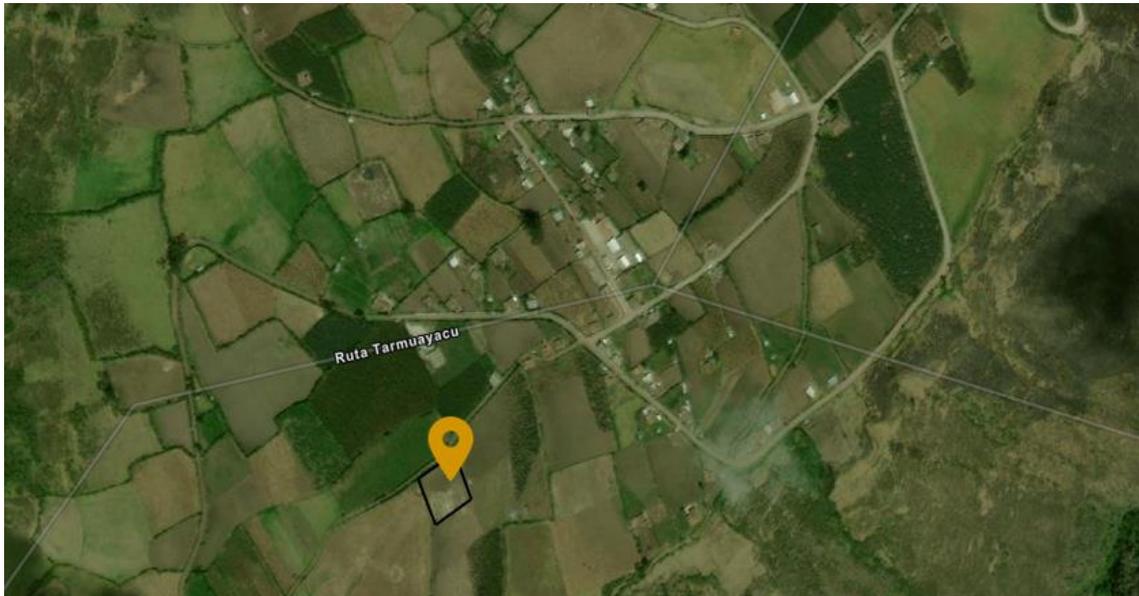
Figura 4
Microlocalización del lodge



Nota. Ubicación del proyecto dentro del territorio ecuatoriano.

Figura 5

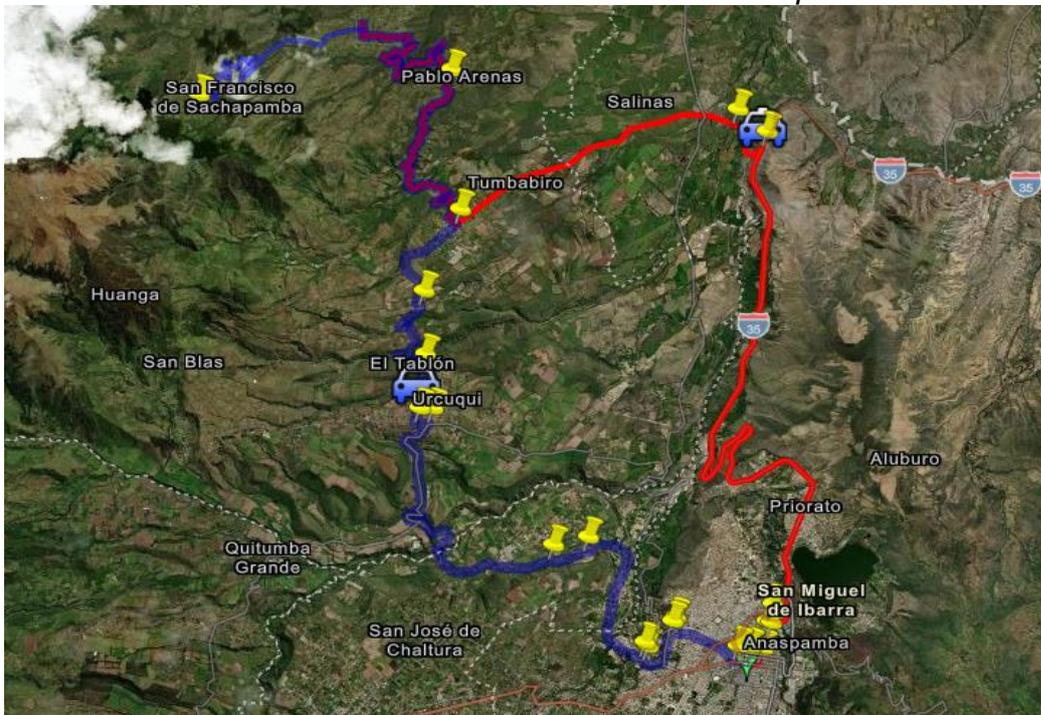
Ubicación del terreno donde se pretende implementar el proyecto



Nota. Realizado con Google Earth, 2021

Figura 6

Vía de acceso a la comunidad San Francisco de Sachapamba



Nota. Indica la vía de acceso hacia la comunidad donde se implementará el proyecto tomando como punto de partida la ciudad de Ibarra. Realizado por autoras con Arcgis.com: <https://arcg.is/1nzTHL>

3.2 Identificación y descripción de los procesos

3.2.1 Fundamentación de los productos y servicios

Los principales servicios a ofertar son hospedaje y alimentación para el turista, sin embargo, el *lodge* contará con servicios complementarios para mejorar la experiencia del cliente, poniendo a disposición actividades que involucran el esparcimiento por las áreas naturales y apreciación de la belleza paisajística del lugar. Además, todas las áreas dispondrán de las facilidades de acceso para las personas con discapacidad física o quienes los requieran. En lo que se refiere su infraestructura, se oferta como un *lodge* con un enfoque moderno, sin llegar a distorsionar el espacio natural, también a esto integra los conceptos de sustentabilidad.

3.2.2 Caracterización y diseño del producto/servicio

Sachas Inclusive *Lodge* será una empresa dedicada principalmente a la oferta del servicio de alojamiento, bajo los criterios de sustentabilidad, para generar un mínimo de impactos negativos dentro del ecosistema que lo rodea, respeto por la cultura de la comunidad y brindar servicios de la mejor calidad para la satisfacción del visitante. Además, servicios complementarios como alimentación orgánica con productos locales, actividades de recreación que fomenten el disfrute y aprendizaje sobre la naturaleza, con el objetivo de satisfacer la demanda de turistas nacionales que prefieren pernoctar en este tipo de alojamiento localizado fuera de la ciudad y de la cotidianidad.

Tendrá a disposición 10 cabañas en forma de caracol conectadas entre sí mediante senderos principales de 2.40m y senderos secundarios de 1.20m para la facilidad de desplazamiento de las personas con discapacidad física. La infraestructura fue escogida debido a que aporta innovación, modernidad y comodidad sin comprometer la belleza natural del lugar, además, es único y no se puede encontrar uno igual a nivel regional. Las cabañas estas subdivididas en 2 habitaciones simples que cuentan con 1 cama de 2 ½ plaza, 4 habitaciones dobles con 2 camas de 2 plazas y 4 habitaciones triples con 1 cama 2 ½ plaza y

1 cama 1 ½ plaza cada una. También todas las habitaciones cuentan con baño adecuado para las personas con discapacidad física, es decir, contienen pasamanos, amplitud que permitan la libertad de movimiento, veladores, juego de muebles, closet, lámpara, cortinas, cobijas térmicas, sistema de calefacción, toallas, teléfono, entre otros accesorios y decoración, con el fin de proporcionar comodidad y todas las facilidades para hacer de la estancia de los visitantes una excelente experiencia con la mejor calidad.

Tabla 46

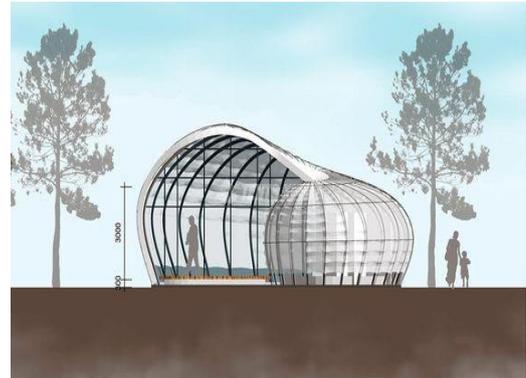
Diseño referencial para el área de hospedaje

Figura 7
Cabaña en forma de caracol



Nota. Modelo de cabañas para Sachas Inclusive Lodge. Tomado de Pinterest.

Figura 8
Dimensiones cabaña en forma de caracol



Nota. Render de fachada de cabaña en forma de caracol. Tomado de Pinterest.

Figura 9
Vista exterior de la cabaña en forma de caracol



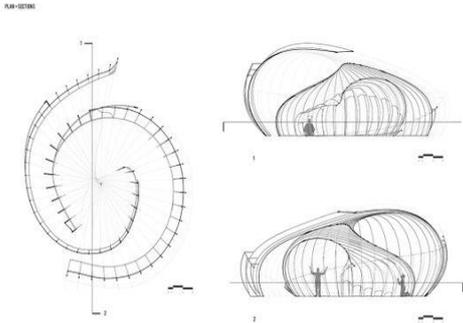
Nota. Fotografía referente del diseño de la cabaña en forma de caracol. Tomado de Pinterest.

Figura 10
Ilustración de la cabaña en forma de caracol



Nota. Ilustración 3D de cabaña doble en su interior y parte de la estructura. Tomado de Pinterest.

Figura 11
Boceto diseño cabaña en forma de caracol



Nota. Render de fachada de cabaña en forma de caracol. Tomado de Pinterest.

Figura 12
Diseño cabaña simple e interior



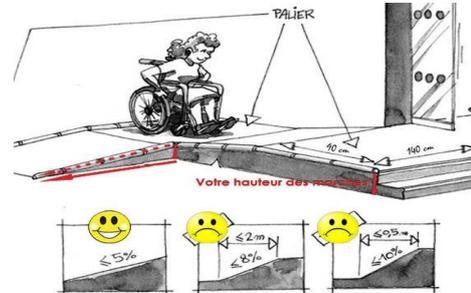
Nota. Ilustración de una habitación simple. Tomado de Pinterest

Figura 13
Modelo de referencia para sendero interno del lodge



Nota. Referente de materiales para sendero de conexión. Tomado de Pinterest.

Figura 14
Referente de rampas y accesos a las cabañas



Nota. Diseño de accesos que facilitan la movilidad en entradas, salidas y pasillos. Tomado de Pinterest.

Habitaciones – Interiores

Figura 15
Diseño interior habitación simple



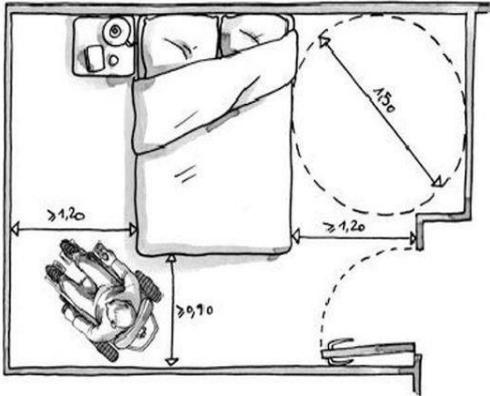
Nota. Diseño de interior habitación simple. Tomado de Pinterest.

Figura 16
Diseño del baño para cabañas caracol



Nota. Diseño del baño incluido para personas con discapacidad física. Tomado de Pinterest.

Figura 17
Orientación para la ubicación del mobiliario



Nota. Referente de la ubicación del mobiliario dentro de las cabañas accesibles. Tomado de Pinterest.

Figura 18
Mobiliario interior de la cabaña



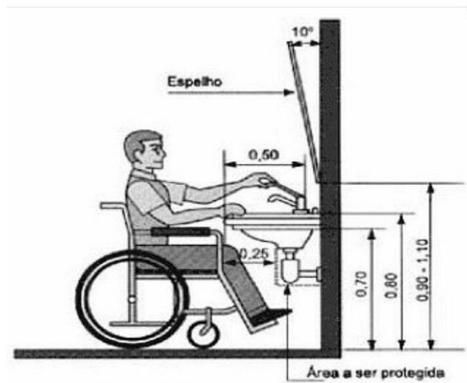
Nota. Juego de muebles en la habitación. Tomado de Pinterest.

Figura 19
Mobiliario y ubicación en el baño



Nota. Espejo y lavamanos en baños de las habitaciones completamente accesibles. Tomado de Pinterest.

Figura 20
Medidas de baño accesible



Nota. Dimensiones específicas de la ubicación del lavamanos y espejo de baño. Tomado de Pinterest.

Figura 21
Habitación doble Sachas inclusive Lodge



Nota. Diseño interior de habitación doble referencial. Tomado de Pinterest.

Figura 22
Habitación simple Sachas inclusive Lodge



Nota. Diseño y ubicación de mobiliario habitación doble referencial. Tomado de Pinterest.

Figura 23
Habitación triple Sachas inclusive Lodge



Nota. Diseño de referencia para habitaciones triples. Tomado de Pinterest.

Figura 24
Referencia de plano de una habitación triple



Nota. Diseño de referencia para ubicación de mobiliario en habitación triple Tomado de Pinterest.

Figura 25
Mobiliario para decoración de las



Nota. Decoración general de habitaciones acorde al concepto de modernidad y tranquilidad. Tomado de Pinterest.

Figura 26
Lencería de la habitación



Nota. Requerimientos para mayor comodidad, limpieza y organización. Tomado de Pinterest

Nota. Todas las figuras son referenciales para el diseño de las diferentes áreas con las que contará el *lodge*, considerando que su diseño es práctico, accesible y nos permite un mejor aprovechamiento de los espacios para realizar con comodidad y seguridad las diferentes actividades que conlleva el *lodge*.

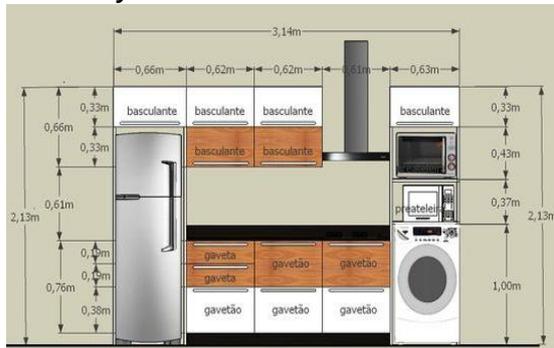
El área de alimentos y bebidas contará con la cocina, el área de comedor con 10 mesas, un área de mini bar y un baño social. El menú contiene preparaciones ya establecidas para el desayuno, almuerzo y cena, con la característica de que todo o en su mayoría serán preparados con ingredientes naturales y orgánicos de la zona o de los mismos cultivos que se encontrarán

dentro del *lodge*. Es importante mencionar que para empezar se inicia con un menú limitado y como vayan llegando visitantes al *lodge* se incluirán nuevos platos al menú con base en los requerimientos de los clientes, y de igual manera las preparaciones pueden ser adaptadas al turista de acuerdo a sus hábitos alimenticios por ejemplo vegetarianismo y veganismo.

Tabla 47

Diseño referencial para el área de alimentos y bebidas

Figura 27
Cocina y mobiliario necesario



Nota. Área de cocina y dimensiones de referencia para la ubicación del mobiliario. Tomado de Pinterest.

Figura 28
Diseño de la cocina del lodge



Nota. Área de preparación de alimentos. Tomado de Pinterest.

Figura 29
Estantería de insumos de cocina



Nota. Diseño de estanterías para organización de insumos del área de cocina. Tomado de Pinterest.

Figura 30
Estantería de frutas y vegetales



Nota. Diseño de estanterías para frutas y verduras en el área de cocina. Tomado de Pinterest.

Figura 31

Estantería para menaje del lodge



Nota. Diseño de estanterías para menaje y organización. Tomado de Pinterest.

Área de comedor

Figura 32

Mini bar en la zona de alimentos y bebidas



Nota. Modelo de mini bar. Tomado de Pinterest.

Figura 33

Restaurante



Nota. Modelo área de restaurante con sillas y mesas correspondientes. Tomado de Pinterest.

Nota. Todas las figuras son referenciales para el diseño de las diferentes áreas con las que contará el *lodge*, considerando que su diseño es práctico, accesible y nos permite un mejor aprovechamiento de los espacios para realizar con comodidad y seguridad las diferentes actividades que conlleva el *lodge*.

A continuación, detallamos el menú general con el cual se dará apertura el servicio de alimentación:

Figura 34

Menú desayunos



DESAYUNOS

CONTINENTAL

Café/chocolate
Huevos
Jugo cítrico
Mantequilla
Pan
Queso

2,85

TRADICIONAL

Café/aromática
Huevos
Pan
Queso
Tortilla
Fruta
Mermelada

2,85

AMERICANO

Café/chocolate
Huevos
Pan
Queso
Jamón o tocino
Fruta
Mantequilla
Jugo cítrico

3,55

Nota. Elaborado por las autoras, 2021

Figura 35

Menú entradas

ENTRADAS	
	CANGUIL Canguil Sal 0,50
	CHOCLO ASADO CON CREMA DE QUESO Choclo Queso fresco Sal 1,60
	MAÍZ TOSTADO Maíz tostado Sal 0,50
	AGUACATE RELLENO DE ATUN Aguacate Lechuga Salsa rosada Arvejas Choclo Huevo Tomate 1,90

Nota. Elaborado por las autoras, 2021

Figura 36

Menú sopas



SOPAS

SOPA DE HABA CON QUESO

Harina de haba
Papas
Queso
Zanahoria
Cilantro

2,25

LOCRO DE PAPA

Papas
Queso
Aguacate
Cebolla blanca
Leche
Mantequilla

3,60

CALDO DE GALLINA CRIOLLA

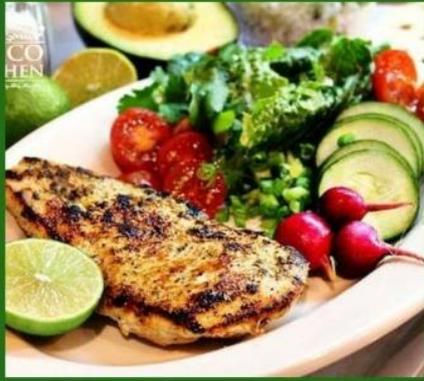
Gallina criolla
Papas
Vainita
Cebolla perejil
Zanahoria
Cebolla

6,55

Nota. Elaborado por las autoras, 2021

Figura 37

Menú platos fuertes

PLATO FUERTE	
	TRUCHA AHUMADA
Trucha Cebolla Pimiento	Papas Tomate Limón
	7,10
	FILETE DE POLLO A LA PLANCHA
Pollo (pechuga) Papas Tomate Lechuga Cebolla	
	5,25
	FRITADA
Cerdo Papa Queso	Maduro Aguacate Chochos
	8,30
	PAPAS CON CUY
Cuy Papas Lechuga Cebolla	Tomate Cilantro Limón
	8,50

Nota. Elaborado por las autoras, 2021

Figura 38

Menú vegetariano



MENU VEGETARIANO

Este menú fue preparado con mucho Amor, por lo que cada una de nuestras preparaciones tiene nombres de plantas ornamentales que se caracterizan por su hemosura y frescura



DESAYUNOS

Petunia \$ 3,30

Homelet con espinacas, fresas, aguacate y pan integral con mermelada.

Clavel \$ 3,35

Avena con yogurt, fresas, semillas de chía, arándanos y miel .

ALMUERZO

Margarita \$ 4,50

Lentejas, quinoa, espárragos, tomate, huevo y cebolla.



MENU VEGETARIANO

Este menú fue preparado con mucho Amor, por lo que cada una de nuestras recetas tiene nombres de plantas ornamentales que se caracterizan por su hermosura y frescura



ALMUERZO

Girasol \$ 3,80

Arroz integral, quinoa, frejol, zanahoria, lechuga, pepino, pimiento, zucchini, chile dulce

CENA

Rosas \$ 4,40

Tortilla de maíz, tofu, quinoa, aguacate, cebolla, pimiento .

POSTRE

Orquídea \$ 4,45

bizcotela, queso mascarpone, café, ron y chocolate .

Nota. Elaborado por las autoras, 2021

Figura 39

Menú vegano

MENU VEGANO

Este menú fue preparado con mucho Amor, por lo que cada una de nuestras recetas tiene nombres de plantas ornamentales que se caracterizan por su hermosura y frescura

DESAYUNO

Tupirosa \$ 4,55

Tortilla de maíz, papas al homo, frejol negro, tomate, aguacate, champiñones y pimienta .

ALMUERZO

Tulipán \$ 3,75

Arroz integral, frejol negro, granos de maíz, cebolla, pimienta y limón .

CENA

Margaritas \$ 3,50

Hummus, lechuga, zanahoria y pimienta .



Nota. Elaborado por las autoras, 2021

Figura 40

Menús postres



POSTRES

CHEESECAKE DE FRESA

Galleta
Fresas
Queso crema
Leche condensada
Ron añejo

2,50

DULCE DE FIGO CON QUESO

Higo
Queso fresco
Panela
Canela

2,00

TORTA DE ZANAHORIA

Zanahoria
Nueces
Esencia de vainilla

2,00

Nota. Elaborado por las autoras, 2021

Figura 41

Menú bebidas

BEBIDAS

JUGO DE FRESA

Fresa
Azúcar

1,00

JUGO DE MORA

Mora
Azúcar

1,00

JUGO DE CHIRIMOYA

Chirimoya
Naranja
Azúcar

2,00

JUGO DE ALFALFA

Alfalfa
Piña
Limón
Chía
Azúcar

2,00

AGUA DE CEBADA

2,00



BEBIDAS

TANQUERAY GIN



RON PARCE 8 AÑOS

JACK DANIELS



VINO TINTO



VINO ROSADO



VINO BLANCO

Copa de vino
vaso de alcohol

3,50

Nota. Elaborado por las autoras, 2021

Por otro lado, los servicios complementarios que ayudarán a mejorar la experiencia dentro del establecimiento y favorecerán al esparcimiento en las áreas naturales tenemos:

La actividad de agroturismo la cual podrá ser realizada en una huerta ecológica con área de 60 m² y se encontrará a disposición para todas las personas. Misma que se encuentra atravesada por una red de senderos que facilitan la movilidad, sin olvidar que cada persona tendrá sus propias limitaciones. Dentro de los cultivos habrá plantas como fréjol, lechuga, pimiento, ají, col, zanahoria, camote, remolacha, aguacate, cebolla, pepino, haba, perejil, cilantro, apio, de igual manera frutas como tomate, moras, frutillas, granadillas, limón, naranja, uvas, tomate de árbol y también plantas medicinales con las que se dará a conocer sus usos y beneficios como menta, cedrón, albaca, toronjil, manzanilla, tipo, achira, ajo, hierba buena, hierba luisa, matico. También contará con un pequeño orquideario con algunas de las especies más representativas como orquídea drácula o gorgona, plumería, caucaea, waqanki, orquídea cara de mono, masdevallia, entre otras. Las cuales los visitantes podrán adquirir e incluso algunas de ellas serán destinadas previamente para ser un regalo o detalle al turista, con el objetivo de que el visitante también tenga la experiencia de cuidar a una ser vivo, vínculo por el cual será motivo de recordar la experiencia vivida en el *lodge*.

Tabla 48

Diseño referencial para el área de huerta ecológica

Figura 42

Área de huerta ecológica



Nota. Cultivos con senderos accesibles. Tomado de Pinterest.

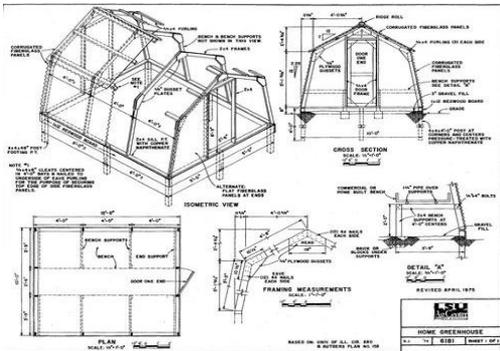
Figura 43

Manguera y herramienta en exteriores



Nota. Herramientas manuales. Tomado de Pinterest.

Figura 44
Invernadero de orquídeas



Nota. Boceto de estructura del orquideario. Tomado de Pinterest.

Figura 45
Área de orquídeas



Nota. Interior del invernadero de orquídeas de diferentes especies. Tomado de Pinterest.

Nota. Todas las figuras son referenciales para el diseño de las diferentes áreas con las que contará el *lodge*, considerando que su diseño es práctico, accesible y nos permite un mejor aprovechamiento de los espacios para realizar con comodidad y seguridad las diferentes actividades que conlleva el *lodge*.

El senderismo será otra actividad de esparcimiento que se realizará en los atractivos naturales de la comunidad, así como el recorrido hacia la cascada Condor Pacha la cual se encuentra a una hora de recorrido, es de fácil acceso y adecuada para la captura de fotografías paisajísticas, cabe destacar que se realizara acompañado de un guía turístico del *lodge*, ya que se puede observar flora y fauna y el guía ayudará a la interpretación de lo que se observe. Otro atractivo a visitar es la laguna Patococha que se encuentra a 3800 msnm, se caracteriza por estar rodeada de pajonal y que se puede encontrar especies de aves que suelen migrar hacia este lugar. Para ambos destinos la empresa dará un box lunch el cual está incluido en el paquete turístico que el cliente acceda. La visita a estos recursos tiene la particularidad que no será accesible para las personas con discapacidad física debido a las dificultades de la vía que impiden el desplazamiento y la distancia a la que se encuentran podría causar dificultades.

Se ha predispuesto también implementar un área de recreación la que contiene un equipo de sonido en caso de eventos, festejos entre los huéspedes, 2 parrillas para asados que se deseen realizar, juegos de mesa (cartas, ajedrez, jenga, dominó, damas), una mini cancha de futbol donde podrán hacer

actividades deportivas como: futbol, estiramientos o yoga, posee baños exteriores para las personas que hagan uso de la piscina la cual tiene una dimensión de 32m²; misma que incluye todas las características de accesibilidad, cuenta con un elevador o silla portátil para discapacitados, funciona a través de una batería recargable que alimenta un actuador mecánico, es de fácil uso y transportable, resistente al agua para evitar la corrosión, tiene un sistema de bloqueo de ruedas cuando se quiere estabilizar la silla. Igualmente existe un mirador al que se puede acudir para observar el paisaje, tomar fotografías, o la actividad de observación de aves por lo cual el establecimiento cuenta con binoculares profesionales marca Cannon 20x50 proporcionando los mejores elementos para los apasionados de dicha actividad, además un telescopio semiprofesional con alcance 70 x 900 para observaciones astronómicas en las noches.

Tabla 49

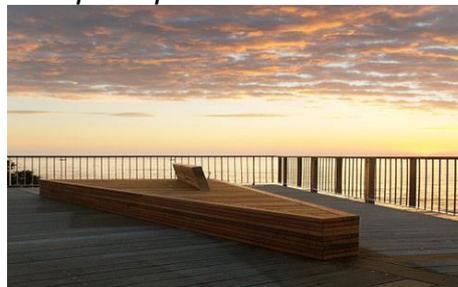
Diseño referencial para el área de recreación

Figura 46
Mirador Sachas Inclusive Lodge



Nota. Estructura del mirador dentro de las instalaciones. Tomado de Pinterest.

Figura 47
Banqueta para mirador



Nota. Banqueta en el interior del mirador. Tomado de Pinterest.

Figura 48
Espacio de recreación e integración



Nota. Diseño de área destinada para convivencia entre huéspedes. Tomado de Pinterest.

Figura 49
Diseño pasilla en área común



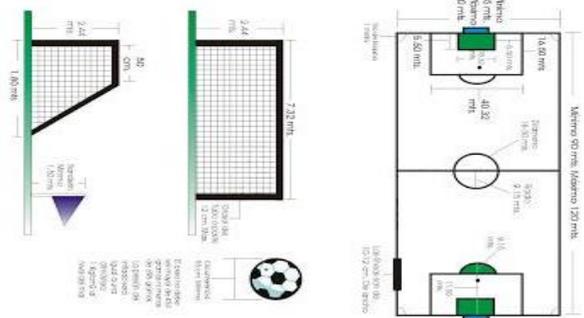
Nota. Diseño de parrilla para preparación de alimentos en área de recreación. Tomado de Pinterest.

Figura 50
Mini cancha de futbol



Nota. Área recreativa y de ejercitación de los huéspedes. Tomado de Pinterest.

Figura 51
Planos de la mini cancha de fútbol



Nota. Referencia de medidas y elementos de la mini cancha de futbol. Tomado de Pinterest.

Figura 52
Diseño piscina



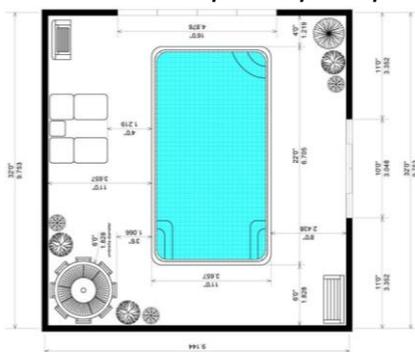
Nota. Área húmeda del lodge. Tomado de Pinterest

Figura 53
Elevador o silla portátil



Nota. Elevador o silla portátil para personas con discapacidad física. Tomado de Pinterest.

Figura 54
Referencia de plano para piscina



Nota. Diseño de plano y medidas de la piscina. Tomado de Pinterest.

Figura 55
Equipo de observación



Nota. Telescopio y binoculares para observación nocturna y fauna. Tomado de Pinterest.

Nota. Todas las figuras son referenciales para el diseño de las diferentes áreas con las que contará el lodge, considerando que su diseño es práctico, accesible

y nos permite un mejor aprovechamiento de los espacios para realizar con comodidad y seguridad las diferentes actividades que conlleva el *lodge*.

También existen áreas de apoyo en el establecimiento como la recepción y oficina de administración, encargadas del correcto direccionamiento y coordinación de los diferentes procesos productivos que se realizarán en el *lodge* para garantizar la entrega de los servicios como se los ofreció en un inicio al cliente con calidad y este al nivel de percepción sea igual o mejor que sus expectativas. Área de bodega, la cual estará adecuada con estantería para el orden de artículos de limpieza, papelería, insumos de cocina tanto de interiores de las instalaciones como para exteriores con maquinaria, mangueras y productos tóxicos, igualmente estará subdividida para evitar la contaminación entre dichos productos.

Asimismo, el área de lavandería se utilizará para realizar la limpieza y lavado de artículos de baños y habitaciones como: toallas, sábanas, almohadas, cojines, cubre camas, protectores de colchones, uniformes del personal y entre otros. El *lodge* cuenta con una camioneta D-Max High Power, la cual se utilizará para transporte del personal administrativo, abastecimiento de insumos y diligencias que se presenten en el *lodge*. Finalmente, el establecimiento cuenta con parqueadero para automóviles, busetas y buses de uso solo para clientes.

Tabla 50

Diseños referenciales para las áreas de apoyo

Área de recepción

Figura 56

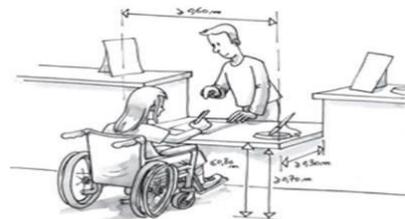
Recepción del Lodge



Nota. Modelo de mobiliario adaptado para personas con discapacidad física. Tomado de Pinterest.

Figura 57

Boceto counter de recepción



Nota. Counter de recepción con medidas apropiadas e inclusivas. Tomado de Pinterest.

Figura 58

Sala de espera en la recepción del lodge



Nota. Modelo de muebles para la sala de espera. Tomado de Pinterest

Figura 59

Vestíbulo en la entrada principal



Nota. Diseño de área para recibimiento. Tomado de Pinterest.

Figura 60

Diseño de oficina administrativa



Nota. Referencia de diseño de oficina con insumos de papelería y equipamiento tecnológico. Tomado de Pinterest.

Figura 61

Fachada de recepción



Nota. Exterior y fachada del área de recepción y restaurante. Tomado de Pinterest.

Área de lavandería

Figura 62

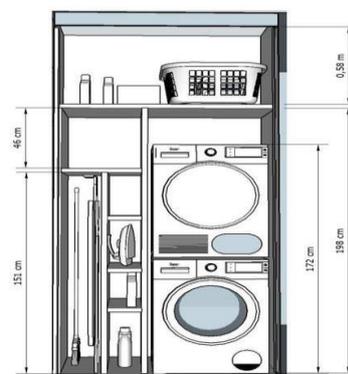
Lavandería e insumos de habitaciones



Nota. Área de lavandería y limpieza para habitaciones con estantería de organización. Tomado de Pinterest.

Figura 63

Estantería para optimización de espacio



Armadio lavandería Profondità 70 cm

Nota. Diseño de estanterías incluido sus medias. Tomado de Pinterest.

Área de bodega

Figura 64
Insumos de bodega



Nota. Bodega con estanterías de insumos de limpieza y otros. Tomado de Pinterest.

Figura 65
Herramientas necesarias de trabajo



Nota. Organizador de herramientas. Tomado de Pinterest.

Figura 66
Estacionamiento del establecimiento



Nota. Referencia de estacionamiento para huéspedes. Tomado de Pinterest.

Figura 67
Auto con rampa para personas con discapacidad física



Nota. Auto para el transporte de turistas con discapacidad física. Tomado de Pinterest.

Nota. Todas las figuras son referenciales para el diseño de las diferentes áreas con las que contará el *lodge*, considerando que su diseño es práctico, accesible y nos permite un mejor aprovechamiento de los espacios para realizar con comodidad y seguridad las diferentes actividades que conlleva el *lodge*.

3.2.2.1 Cotización de habitaciones.

A continuación, se detalla el costo unitario por persona incluido IVA para la disponibilidad de las habitaciones con las que cuenta el *lodge*, son 10 cabañas en total: 2 simples, 4 dobles y 4 triples.

Tabla 51*Habitación simple y sus características*

Habitación simple	
Incluye	Precio
Cama:	
1 de 2 plazas	\$ 30,00 incluido IVA
Desayuno continental	
Calefacción	
Baño privado	
Ducha de agua caliente	
<i>Amenities</i>	

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 52*Habitación doble y sus características*

Habitación doble	
Incluye	Precio
Cama:	\$ 55,00 incluido IVA
2 camas de 2 plazas	
Desayuno continental	
Calefacción	
Baño privado	
Ducha de agua caliente	
<i>Amenities</i>	

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 53*Habitación triple y sus características.*

Habitación Triple	
Incluye	Precio
Cama:	
1 cama de 2 ½ plazas	\$ 85,00 Incluido IVA
1 cama de 1 ½ plaza	
Desayuno continental	
Calefacción	
Baño privado	
Ducha de agua caliente	
<i>Amenities</i>	

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.**3.2.2 Actividades y servicios complementarios****Tabla 54***Actividades y servicios complementarios del lodge.*

Actividad	Costo
Desayuno	\$ 3.55
Almuerzo	\$ 9.00
Cena	\$ 7.00
Actividades de agroturismo	\$10.00
Senderismo	\$ 7.00
Actividades en el área de convivencia	\$ 5.00
Transporte	\$ 10.00

Nota. Son precios referenciales que están sujetos a variación dependiendo de las elecciones del cliente.

Se detallan todas las actividades complementarias por las cuales el turista debe pagar un precio extra para poder realizarlas, en cuanto a transporte el

precio es referencial y está determinado desde la ciudad de Ibarra hasta el *lodge* en un vehículo privado.

3.2.2.2 Paquete turístico.

Tabla 55

Paquete 3 días y 2 noches

Magic Days	
Paquete 3 días / 2 noches x pax	
Incluye	Precio
Alojamiento	\$ 120,00 Incluido Iva
Alimentación	
Calefacción	
Baño privado	
Ducha de agua caliente	
Piscina	
Mirador	
Agroturismo	
Senderismo	
Actividades recreativas	
Box Lunch	
Té o café ilimitado	
No incluye	
-Propinas y gastos personales	
-Todo lo que no haya sido incluido en el programa	
-Seguro de viaje	

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

3.2.2.2.1 Guión.

A continuación, se detalla las actividades a realizarse con el consumo del paquete Magic Days:

Día 1

Para la llegada al *lodge*, los visitantes pueden hacer uso del transporte privado del establecimiento con un costo extra o transporte propio.

La bienvenida se realiza en la recepción del *lodge* en la cual se darán indicaciones sobre las políticas del establecimiento y entrega de amenities,

después se dirigirán a sus habitaciones correspondientes, para más tarde continuar con el almuerzo que se sirve en el *lodge* alrededor de las 14:00. Por la tarde comenzará la actividad a las 16:00, para realizar las actividades de agroturismo y aprender de los cultivos, al finalizar podrán observar la puesta de sol. A las 20:00 se sirve la cena para después escuchar al guía impartir un breve *briefing* del *lodge* y la comunidad en la que se encuentra, además comentar sobre el itinerario para el día siguiente y descanso.

Día 2

El desayuno se sirve a las 8:00 am, sin embargo, las personas que deseen puedan levantarse temprano en la mañana; para admirar el amanecer en la zona del mirador para la observación de aves o fauna de la zona junto con el guía. Después del desayuno, se realizará la actividad de senderismo hacia la laguna Patococha donde podrán disfrutar del paisaje, tomar fotografías y disfrutar de un box lunch. De regreso al *lodge* podrá disfrutar del almuerzo y tomar un descanso o dirigirse al área de la piscina hasta las 18:00 pm que empiezan las actividades de recreación e integración.

Día 3

A las 8:00 am se realizará el desayuno y posterior se dirigirán a visitar los otros recursos naturales como es la Cascada Cóndor Pacha y Nido de Cóndor que se encuentran en la misma ruta. Donde podrán disfrutar de una gran belleza paisajística, ingresar a la cascada para las personas que deseen, fotografía o simplemente disfrutar del momento rodeado de naturaleza. Estarán de regreso a la hora del almuerzo, posterior a ello se hará la entrega de presentes, agradecimiento y despedida. El tiempo restante podrán realizar recorridos por las instalaciones o preparar su equipaje para partir rumbo a sus destinos.

3.2.3 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio

a) Insumos

Para la creación del *lodge* es necesario el terreno de 1500 m² de dimensión, parte de la financiación del proyecto se solicitará un crédito a la institución pública financiera BanEcuador el cual tendrá un plazo de 10 años para su liquidación. El área de la infraestructura se encontrará en una superficie de 50 m x 30 m y el

espacio restante se ocupará para cultivos ya que se pondrá a disposición la actividad de agroturismo, con el objetivo de involucrar y dar a conocer sobre los cultivos más importantes de la zona, los cuales son una de la base económica más evidente de la comunidad de San Francisco de Sachapamba.

b) Proceso transformador

Para obtener el producto final se continuará con el diseño de los planos arquitectónicos, tomando en cuenta que la infraestructura tiene que contar con 2 importantes características como son: todas las instalaciones deben ser accesibles para personas con discapacidad física y no distorsionar la belleza paisajística del lugar, por lo tanto tendrá una diseño innovador con el cual transmita calma y se acople al sitio natural, además de que sus operaciones serán bajo el concepto de sustentabilidad. Para su construcción es necesario mano de obra externa al igual que maquinaria pesada.

c) Producto Final

Terminada la fase de construcción el producto final es “Sachas Inclusive Lodge”, que con base en el Ministerio de Turismo (2016) en su Reglamento de Alojamiento Turístico el establecimiento entra en esta categoría debido a que cumple con:

Es un establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado. El estar ubicado en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje y mantiene la armonización con el ambiente. Sirve de enclave para realizar excursiones organizadas, tales como observación de flora y fauna, actividades de agroturismo, caminatas por senderos, entre otros. Además, presta el servicio de alimentos y bebidas y cuenta con más de 5 habitaciones. (p.9)

El *lodge* está dentro de la categoría de 3 estrellas y contará con 10 habitaciones distribuidas en 2 habitaciones sencillas, 4 habitaciones dobles y 4 habitaciones triples, también cuenta con espacios para la recepción, el área de alimentos y bebidas, área de mantenimiento, área de lavandería, área de bodega y área de recreación que incluye una piscina, un mirador, mini cancha de fútbol y área de juegos para niños.

Al igual que la prestación de servicios complementarios que mejoran la experiencia de estadía, como son actividades de senderismo y conexión con la naturaleza cuando se realizan las visitas a la cascada Cóndor Pacha y la laguna Patococha; actividades de agroturismo en los sembríos de fresa, granadilla, frijol, cebolla, tomate y plantas medicinales conjuntamente con el aprendizaje de saberes comunitarios; actividades de integración e interacción entre los huéspedes. Las actividades complementarias tienen un valor adicional a las contempladas en los precios por habitación y también cuenta con un paquete turístico “Magic Days” de 3 días y 2 noches el cual incluye todas las actividades por un precio especial, con el objetivo de incentivar las visitas al *lodge* y el disfrute de todas las actividades e instalaciones ofertadas en el establecimiento.

3.3 Ingeniería del proyecto

3.3.1 Distribución de la planta

Para la implementación del *lodge* se realizará en un espacio de 50m x 30m, es decir en una superficie total de 1.500 m². Su distribución será de la siguiente manera:

a) Área de recepción. - En el área de recepción encontraremos espacios para sala de espera, vestíbulo, la recepción y una oficina de administración, que abarca un área de 100 m².

b) Área de alimentos y bebidas. - posee la cocina, el área de comedor con 10 mesas y un baño social, con una dimensión total de 150 m².

c) Área de hospedaje. - 10 habitaciones de las cuales tendrá 2 simples, 4 triples y 4 dobles con 10 baños; cada habitación tiene su baño propio. La dimensión es de 20 m² las habitaciones simples, de 25 m² las habitaciones dobles y de 30 m² las habitaciones triples, abarcando un área de 240 m².

d) Área de recreación. - esta área posee una cancha de mini fútbol que cuenta con un área de 15m x 25m: 375 m² que se puede utilizar para diferentes actividades; posee baños 18 m²; área de juegos infantiles 84 m²; piscina elevada

de obra de 4m x 8m: 32m²; áreas verdes 81 m²; mirador 25 m²; área de convivencia 90 m². Su dimensión total es de 750 m².

e) Área de huerta ecológica. - contará con un área de 60 m².

f) Área de parqueadero. - se diseñó para el ingreso de vehículos como automóviles, busetas y buses, abarca 150 m².

g) Área de bodega. - tanto para los productos de limpieza, insumos de cocina, papelería y otros, un área total de 25 m²

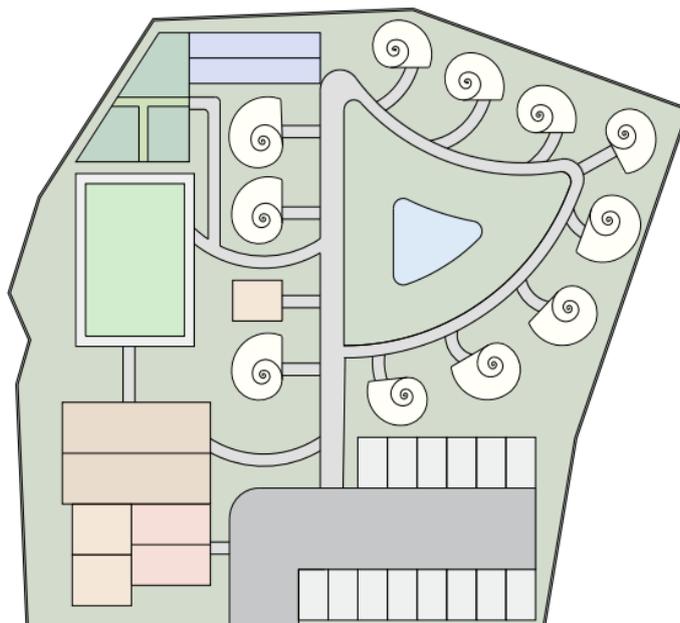
h) Área de lavandería. - un área de 20 m².

3.3.2 Diseño planimétrico de la planta

El plano del *lodge* fue realizado tomando en cuenta los parámetros de una arquitectura inclusiva es decir que cuenta con pasillos adecuados para que las personas con o sin discapacidad física puedan desplazarse de manera adecuada y segura, al igual que las facilidades en el acceso de las habitaciones y baños.

Figura 68

Bosquejo de distribución de las áreas



Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Figura 69

Esquema de distribución de las áreas del lodge



1	Área de recreación	●	Habitaciones simples
2	Área de alimentos y bebidas	●	Habitaciones dobles
3	Área de bodega	●	Habitaciones triples
4	Área de lavandería		
5	Baños del área de recreación		
6	Cancha de mini fútbol		
7	Mirador		
8	Piscina		
9	Área de huerto ecológico		
10	Invernadero de orquídeas		
11	Área de parqueadero		

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

3.3.3 Requerimientos por áreas

Para el funcionamiento del *lodge* y prestación de sus servicios, se requiere de mano de obra, personal y diferentes materiales, insumos y equipos para su construcción y operación. Por lo cual se adquirirá todo lo requerido y necesario, para que, tanto el personal cuente con las herramientas de trabajo y sus resultados sean eficientes, como la infraestructura se encuentre en óptimas condiciones y los turistas que visiten el establecimiento reciban un servicio de calidad.

3.3.3.1 Fase de construcción.

Tabla 56

Requerimientos para la infraestructura turística

Materiales		
ESTRUCTURA	Unidad	Cantidad
Nivelación del terreno	Día	2
Excavación de plintos y cimientos	Día	2
Desalojo del material	Día	2
Columna (25x15x12)	Unidad	20
Varilla 10mm	Quintal	5
Varilla 8mm	Quintal	5
Varilla 6mm	Quintal	3
Alambre #18	Libra	50
Piedra	Volqueta	5
Ripio	Volqueta	5
Chispa	Volqueta	8
Arena fina	Volqueta	8
Ladrillo cerramiento	Unidad	15.000

Marco de acero Q235	Habitación	10
Plástico de 25 mm de espesor	Habitación	10
Lona impermeable y portátil de 650 GSM	Habitación	10
Ladrillo para recepción	Unidad	5.400
Ladrillo para restaurante	Unidad	6.210
Ladrillo para bodega	Unidad	2.430
Ladrillo para lavandería	Unidad	1.890
Ladrillo para baños de área de recreación	Unidad	1.600
Bloques para piscina	Unidad	450
Malla metálica	m ²	70
Tablas	Unidad	12
Pingos	Unidad	12
Cerámica de 30x30 para paredes de baños de cabañas	m ²	53
Grúa silla salva escaleras piscina SE-P20	Unidad	1
Cemento armado	Quintal	250
Masillados de piso de cocina, lavandería y baños	m ²	110
AGUA POTABLE		
Salida de agua fría HG llave de control y accesorios HG	Punto	60
Salida de agua caliente HG de control y accesorios HG	Punto	60
Salida de medidores HG llave de paso y accesorio	Punto	1
Salida para lavadora, llave de control y accesorios	Punto	1
Tubería de agua fría PVC ½ pulgadas (incluye accesorios)	Metro	450

Tuberías de agua fría PVC ¾ pulgadas (incluye accesorios)	Metro	50
Válvula check ½ RW	Unidad	4
Válvula check ¾ RW	Unidad	2
Llaves de paso FV ½ pulgada	Unidad	4
Llaves de paso FV ¾ pulgada	Unidad	6
INSTALACIONES ELÉCTRICAS		
Tubería Conduit de ½ plg (incluye accesorios)	Metro	450
Acometida del medidor a la caja térmica	unidad	1
Instalación de caja térmica de 8 puntos	Unidad	1
Instalación de cajas térmicas de 2 puntos	Unidad	10
Cable sólido número 10	Unidad	4
Cable sólido número 12	Unidad	6
Cable sólido número 14	Unidad	8
Cable para teléfono número 20	Metro	50
Timbre incluye tubería PVC de ½ plg y alambre gemelo # 18	Punto	1
Instalación de lámparas	Punto	72
Instalación de tomacorrientes	Punto	54
Instalación de interruptores conmutables	Punto	8
Instalación a tierra	Punto	2
APARATOS SANITARIOS		
Lavamanos SPAZIO corona blanco	Unidad	13
Inodoros corona en color blanco	Unidad	13
Barras de apoyo abatible	Unidad	26
Muebles para lavamanos en MDF	Unidad	13
Grifería en FV	Unidad	14

Accesorios para inodoros	Unidad	13
Accesorios para baños en FV (toalleros cromados, portapapeles, jaboneras)	Unidad	13
Portapapeles FV (en porcelana)	Unidad	13
Grifería de ducha FV Arquis Duo Comb c/ducha manual 130 cromo	Unidad	11
CUBIERTAS		
Alfajías para techos	Unidad	50
Chova para aislamiento	Rollo	10
Ferretería (Clavos de 3,1/2 pulgada)	Libra	10
Ferretería (Pernos ¾ pglmas platinas de 15x20)	Unidad	150
Teja Eurolit Barnizada	m ²	100
Tela PVDF de 1100gsm como techo exterior	Habitación	10
Tela PVDF de 650gsm como techo interior	Habitación	10
Techo de red de sombra PHDF	Habitación	10
Kit Panel Solar 100w Regulador 20ª Batería 200ah e Inversor	Unidad	6
PISOS		
Cocina cerámica antideslizante de 20x20	m ²	137
Recepción porcelanato 43x43	m ²	100
Baño área de recreación cerámica antideslizante de 20x20	m ²	15
Baños para las 10 habitaciones con cerámica de 32x32 antideslizante	m ²	80
Lavandería con cerámica antideslizante de 20x20	m ²	13
Bodega con cerámica antideslizante de 20x20	m ²	15
Piso de fibra de bambú BPC dormitorios simples	m ²	80

Piso de fibra de bambú BPC dormitorios dobles	m ²	100
Piso de fibra de bambú BPC dormitorios triples	m ²	60
Bondex para emporado de pisos	libra	400
Penoplex 585*1185 mm habitaciones	unidad	400
AGUAS SERVIDAS		
Tubos PVC de 8" pgl	unidad	12
Tubos PVC de 6" pgl	unidad	16
Cajas de revisiones en hormigón ciclópeo 120	m ³	2
Tubería PVC de 75mm	unidad	12
Rejillas de interior de piso de 50 mm	unidad	16
MINI CANCHA DE FÚTBOL		
Arco metálicos de indor fútbol 3 x 2	unidad	2
Pintura en esmalte	unidad	3
TERMINADOS		
Puertas en madera contrachapada	unidad	18
Puertas dobles batiente	unidad	10
Tapa marcos en MDF de 9 cm	unidad	120
Barrederas en MDF de 9 mm	unidad	180
Puerta en vidrio templado más accesorios	unidad	1
Vidrios claros de 4mm	m ²	300
Puerta en hierro fundido	unidad	1
Rejas en hierro	unidad	2
Alacenas para cocina	m lineal	3
Casilleros para lavandería en metal	unidad	1
Casilleros para vestíbulo en metal	unidad	1
Ventanas de aluminio color madera	unidad	26

Foco led ahorrador tipo ventilador de 60w 4 aspas	unidad	30
Lavandería prefabricada	unidad	1
Lámpara led sumergible de piscina Smart 12w	unidad	6
Foco led sensor de movimiento panel solar resistente al agua	unidad	13
Reflector led de 100w luz blanca ahorrador	unidad	4
Laca para exteriores marca Spenclost	unidad	23
MANO DE OBRA		
Estudio profesional (Arquitecto)	unidad	1
Mano de obra/Contratista	unidad	1
TERRENO		
Superficie	m ²	1.500

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

3.3.3.2 Fase de operación.

Tabla 57

Requerimientos área de hospedaje

Requerimientos		Cantidad
Habitación simple	Cama 2 ½ plaza	2
	Veladores	2
Habitación doble	Cama 2 plaza	8
	Veladores	8
Habitación triple	Cama 2 ½ plaza	4
	Cama 1 ½ plaza	4
	Veladores	8
Juego de mueble: escritorio y silla		10

Silla de ruedas de ducha plegable		10
Closet		10
Colchón	2 ½ plaza	6
	2 plaza	8
	1 ½ plaza	4
Lámpara		10
Decoración		10
Cubre cama grande		16
Almohadas		32
Protector de colchón		16
Juego de sábanas		16
Armadores por docena		10
Cortinas		20
Cobijas de lana		32
Juego de sábanas		16
Sistema de calefacción		10
Cortina de baño		12
Toalla pequeña		18
Toalla grande		18
Teléfonos		10
Caja fuerte digital		10
Sets desinfectantes		10
Set de shampoo/jabón		18
Basureros		10
Escobas		10
Trapeadores		10

Rodapiés	10
Organizador para baño	10
Espejos	10

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 58

Requerimientos área de recreación

Requerimientos	Cantidad
Televisión plasma de 60 pulgadas	1
Equipo de sonido	1
Parrilla de asar	2
Kit para asados	2
Juegos de muebles	2
Silla de ruedas de ducha plegable	1
Silla de madera	15
Mesa	4
Generador de agua caliente	1
Toallas grandes	10
Toallas pequeñas	10
Equipo de primeros auxilios	1
Gabinete contra incendios completo 30 mts	1
Juegos de mesa (cartas, ajedrez, jenga, dominó, damas)	3
Pelota de mini fútbol	3
Juegos para niños	1
Binoculares	5
Telescopio semiprofesional 70/900	1

Dispensador de gel	2
Dispensador de jabón	2
Dispensador de papel toalla	1
Basurero	2
Espejo	1

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 59

Requerimientos área de alimentos y bebidas

Requerimiento	Cantidad
Mesas de madera	10
Mueble bar	1
Televisión de 32 pulgadas	1
Sillas	40
Taburete Enjoy Moderno HC-104T	3
Estantería	1
Mantelería	10
Servilletas de tela	40
Centros de mesa	10
Dispensador de jabón	1
Dispensador de gel	1
Carta menú	20
Dispensador de papel toalla	1
Basurero	2
Espejo	1

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 60*Requerimientos área de cocina*

Requerimiento	Cantidad	Requerimiento	Cantidad
Cocina industrial	1	Saleros	10
Tanque de gas	2	Abrelatas	1
Refrigerador vitrina exhibidora	1	Abre corchos	1
Microondas	1	Docena de tenedores	2
Licuadaora	1	Docena de cubiertos	2
Batidora	1	Docena de vasos de jugo	2
Extractor de jugo	1	Docena de copas	2
Cafetera	1	Docena de tazas de café	2
Extractor de olores	1	Docena de cucharitas	2
Extintor	1	Docena de cucharas	2
Hachuela pequeña	1	Rallador	1
Tabla de picar	2	Cesto para legumbres	1
Olla de presión (10 litros)	1	Cesto para frutas	1
Ollas pequeñas	5	Jarra para jugos	2
Ollas medianas	6	Jarra lechera	1
Ollas grandes	2	Docena de platos soperos	2
Juego de cuchillos	1	Platillero	1
Juego de cubiertos grande	2	Juego charoles	2
Juegos de cedazos	1	Cucharones	2
Juego de moldes repostería	1	Cuchillo para cortar pan	2
Juego de coladores	1	Pinza para ensalada	2

Juego de lavacaras	1	Plancha	1
Juego de baldes	1	Azucareros	10
Juego de sartenes	1	Pimenteros	10
Juego de tazones	1	Ajiceros	10
Recipiente para sal/azúcar	2	Ceniceros	10
Frasco de vidrio	4	Docena de platos fuertes	2
Balanza digital cocina	1	Docena de platos base	2
Tina pequeña	1	Docena de platos/café	2
Jarra pequeña	2	Servilleteros	10
Achiotero	1	Palillos	1
Afilador	1	Carta menú	20

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 61

Materia prima para área de alimentos y bebidas

Producto	Unidad	Cantidad
Café	Frasco	2
Choco listo	Frasco	2
Infusión de hierbas	Caja	4
Leche	Litro	5
Huevos	Cubetas	3
Pimienta	Fundita	2
Sal	Funda	2
Queso grande	Unidad	5
Mortadela	Kilo	5
Frutas	Canasto	2

Vegetales	Canasto	2
Azúcar	Quintal	1
Arroz	Quintal	1
Papas	Quintal	1
Pasta de maní	Libra	2
Harina de maíz	Libra	10
Harina de haba	Libra	10
Quinoa	Libra	10
Vinagre	Botella	2
Aceite	Botella	4
Achiote	Botellita	4
Cuy	Unidad	5
Trucha	Unidad	5
Lomo de res	Libra	10
Pollo	Unidad	5
Cubos de maggi	Caja	3
Fósforos	Paquete	2
Papel aluminio	Roll pequeño	2
Film stretch de alimentos	Rollo grande	2
Toalla de cocina	Paquete	2

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 62

Requerimientos área de lavandería

Requerimiento	Cantidad
Lavadora semi industrial 17kg	1
Secadora semi industrial 7mwgd	1

Plancha	1
Planchador de ropa	2
Estantería metálica de tres pisos	2
Armadores	2
Aspiradora	1

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 63

Requerimientos área de bodega y mantenimiento

Requerimiento	Cantidad
Estantería metálica de 3 pisos	3
Escoba de cerda fina	3
Kit herramientas mantenimiento	1
Trapeador	3
Recogedor	4
Guantes	5
Cepillos de plástico	3
Fundas de basura	5
Detergente 450 kg	2
Detergente para lavadora 10kg	2
Suavizante de ropa galón	2
Desinfectante	2
Cera de piso	2
Aromatizante	2
Cloro galón	1
Franela	3

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 64*Requerimientos área administrativa*

Requerimiento	Cantidad
Computadora	1
Teléfono	1
Calculadora	1
Archivador	1
Silla giratoria	1
Sillas	2
Decoraciones	2
Materiales de oficina	1

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 65*Requerimientos área sala de espera y recepción*

Requerimiento	Cantidad
Computadora	1
Impresora	1
Teléfono	1
Calculadora	1
Counter de recepción	1
Archivador	1
Silla giratoria	1
Sillas	2
Juego de sala	1
Decoraciones	2
Materiales de oficina	1

Dispensador de gel	2
Dispensador de jabón	1
Dispensador de papel toalla	1
Basurero	4
Espejo	1

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 66

Requerimientos área de huerta ecológica

Requerimiento	Cantidad
Invernadero 6 m x 4 m	1
Cebolla	460
Zanahoria	150
Brócoli	75
Cilantro	100
Col	75
Acelga	50
Lechuga	25
Col morada	25
Menta	5
Toronjil	5
Orquídeas	15

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 67

Talento humano

Cargo	Nº
Administrador/Gerente	1

Chef de cocina	1
Ayudante de cocina	1
Mesero	1
Camarera	2
Botones	1
Lavandería	1
Ventas y publicidad	1
Bodega y limpieza	1
Recepcionista	1
Ama de llaves	1
Contador/a temporal	1

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

3.4 Inversiones y capital de trabajo

3.4.1 Obra civil necesaria

Tabla 68

Presupuesto para la infraestructura turística

Área	Detalle	Unidad	Cantidad	Costo	Costo total
Terreno	Superficie	m ²	1.500	-	\$12.000,00
Plano arquitectónico	Arquitecto		1	-	\$4.000,00
Estructura	Nivelación del terreno	Día	2	\$750,00	\$800,00
	Excavación de plintos y cimientos	Día	2	\$487,50	\$975,00
	Desalojo del material	Día	2	\$120,00	\$240,00
		Unidad	20	\$40,00	\$800,00
	Columna (25x15x12)				
	Varilla 10mm	Quintal	5	\$34,00	\$170,00

Varilla 8mm	Quintal	5	\$30,00	\$150,00
Varilla 6mm	Quintal	3	\$30,00	\$84,00
Alambre #18	Libra	50	\$1,08	\$54,00
Piedra	Volqueta	5	\$120,00	\$600,00
Ripio	Volqueta	5	\$110,00	\$550,00
Chispa	Volqueta	8	\$120,00	\$960,00
Arena fina	Volqueta	8	\$100,00	\$800,00
Ladrillo cerramiento	Unidad	15.000	\$0.30	\$4.500,00
Marco de acero Q235	Habitación	10	\$170,00	\$1.700,00
Plástico de 25 mm de espesor	Habitación	10	\$300,00	\$3.000,00
Lona impermeable y portátil de 650 GSM	Habitación	10	\$470,00	\$4.700,00
Ladrillo para recepción	Unidad	2.800	\$0.30	\$840,00
Ladrillo para restaurante	Unidad	4.200	\$0.30	\$1.260,00
Ladrillo para bodega	Unidad	700	\$0.30	\$210,00
Ladrillo para lavandería	Unidad	560	\$0.30	\$168,00
Ladrillo para baños de área de recreación	Unidad	504	\$0.30	\$151,20
Bloques para piscina	Unidad	390	\$0,35	\$136,50
Malla metálica	m ²	70	\$6.50	\$455,00
Tablas	Unidad	12	\$2,00	\$24,00
Pingos	Unidad	12	\$5,50	\$66,00
Cerámica de 30x30 para paredes de baños de cabañas	m ²	53	\$6,00	\$318,00
Elevador o silla portátil	Unidad	1	\$1.500,00	\$1.500,00
Cemento armado	Quintal	250	\$7,70	\$1.925,00
Masillados de piso de cocina, lavandería y baños	m ²	110	\$30,00	\$3.300,00

Albañilería	Mano de obra	m ²	1500	-	\$22.000,00
Instalaciones sanitarias	Lavamanos SPAZIO corona blanco	Unidad	13	\$73,00	\$949,00
	Inodoros corona en color blanco	unidad	13	\$51,00	\$663,00
	Barras de apoyo abatible	Unidad	26	\$120,00	\$3.120,00
	Muebles para lavamanos en MDF	Unidad	13	\$115,00	\$1.495,00
	Grifería en FV	Unidad	14	\$9,70	\$135,80
	Accesorios para inodoros	Unidad	13	\$18,00	\$234,00
	Accesorios para baños en FV (toalleros cromados, portapapeles, jaboneras)	Unidad	13	\$30,00	\$390,00
	Portapapeles FV (en porcelana)	Metro	13	\$19,00	\$247,00
	Grifería de ducha FV Arquis Duo Comb c/ducha manual 130 cromo	Punto	11	\$55,00	\$605,00
Agua Potable	Salida de agua fría HG llave de control y accesorios HG	Punto	60	\$13,00	\$780,00
	Salida de agua caliente HG de control y accesorios HG	Punto	60	\$13,00	\$780,00
	Salida de medidores HG llave de paso y accesorio	Punto	1	\$ 5,00	\$5,00
	Salida para lavadora, llave de control y accesorios	Punto	1	\$10,00	\$10,00
	Tubería de agua fría PVC ½ pulgadas (incluye accesorios)	Metro	450	\$ 3,50	\$1.575,00
	Tuberías de agua fría PVC ¾ pulgadas (incluye accesorios)	Metro	50	\$2,50	\$ 125,00
	Válvula check ½ RW	Unidad	4	\$10,00	\$40,00
	Válvula check 3/4 RW	Unidad	2	\$5,00	\$10,00

	Llaves de paso FV ½ pulgada	Unidad	4	\$10,00	\$40,00
	Llaves de paso FV ¾ pulgada	Unidad	6	\$10,00	\$60,00
Terminados	Puertas en madera contrachapada	Unidad	18	\$110,00	\$1.980,00
	Puertas dobles batiente	Unidad	10	\$90,00	\$900,00
	Tapa marcos en MDF de 9 cm	Unidad	120	\$3,80	\$456,00
	Barrederas en MDF de 9 mm	Unidad	180	\$2,50	\$450,00
	Puerta en vidrio templado más accesorios	Unidad	1	\$170,00	\$170,00
	Vidrios claros de 4mm	m²	300	\$3,00	\$900,00
	Puerta en hierro fundido	Unidad	1	\$160,00	\$160,00
	Rejas en hierro	Unidad	2	\$100,00	\$200,00
	Alacenas para cocina	m lineal	3	\$110,00	\$330,00
	Casilleros para lavandería en metal	Unidad	1	\$330,00	\$330,00
	Casilleros para vestíbulo en metal	Unidad	1	\$300,00	\$300,00
	Ventanas de aluminio color madera	unidad	26	\$40,00	\$1.040,00
	Foco led ahorrador tipo ventilador de 60w 4 aspas	Unidad	30	\$ 5,00	\$150,00
	Lavandería prefabricada	Unidad	1	\$75,00	\$75,00
	Lámpara led sumergible de piscina Smart 12w	Unidad	6	\$80,00	\$480,00
	Foco led sensor de movimiento panel solar resistente al agua	Unidad	13	\$8,00	\$104,00
Instalaciones eléctricas	Reflector led de 100w luz blanca ahorrador	Metro	4	\$19,00	\$76,00
	Laca para exteriores marca <i>Spenclost</i>	unidad	23	\$5,00	\$115,00

	Instalación de caja térmica de 8 puntos	Unidad	1	\$25,00	\$25,00
	Instalación de cajas térmicas de 2 puntos	Unidad	10	\$10,50	\$105,00
	Cable sólido número 10	Unidad	4	\$65,00	\$260,00
	Cable sólido número 12	Unidad	6	\$35,00	\$210,00
	Cable sólido número 14	Unidad	8	\$27,00	\$216,00
	Cable para teléfono número 20	Metro	50	\$0,40	\$20,00
	Timbre incluye tubería PVC de ½ plg y alambre gemelo # 18	Punto	1	\$20,00	\$20,00
	Instalación de lámparas	Punto	72	\$6,00	\$432,00
	Instalación de tomacorrientes	Punto	54	\$6,00	\$324,00
	Instalación de interruptores conmutables	Punto	8	\$3,00	\$24,00
	Instalación a tierra	Punto	2	\$12,00	\$24,00
Pisos	Cocina cerámica antideslizante de 20x20	m ²	137	\$11,60	\$1.589,20
	Recepción porcelanato 43x43	m ²	100	\$5,00	\$500,00
	Baño área de recreación cerámica antideslizante de 20x20	m ²	15	\$11,60	\$174,00
	Baños para las 10 habitaciones con cerámica de 32x32 antideslizante	m ²	80	\$7,00	\$560,00
	Lavandería con cerámica antideslizante de 20x20	m ²	13	\$16,00	\$78,00
	Bodega con cerámica antideslizante de 20x20	m ²	15	\$6,00	\$90,00
	Piso de fibra de bambú BPC dormitorios simples	m ²	80	\$7,00	\$560,00
	Piso de fibra de bambú	m ²	100	\$7,00	\$700,00

BPC dormitorios dobles					
	Piso de fibra de bambú BPC dormitorios triples	m ²	60	\$10,00	\$420,00
	Bondex para emporado de pisos	libra	400	\$4,15	\$1.660,00
	Penoplex 585*1185 mm habitaciones	unidad	400	\$10,70	\$4.280,00
Cubiertas	Alfajías para techos	Unidad	50	\$25,00	\$1.250,00
	Chova para aislamiento	Rollo	10	\$12,00	\$120,00
	Ferretería (Clavos de 3,1/2 pulgada)	Libra	10	\$ 2,00	\$20,00
	Ferretería (Pernos ¾ pglmas platinas de 15x20)	Unidad	150	\$0,07	\$10,50
	Teja Eurolit Barnizada	m ²	100	\$8,30	\$830,00
	Tela PVDF de 1100gsm como techo exterior	Habitación	10	\$400,00	\$4.000,00
	Tela PVDF de 650gsm como techo interior	Habitación	10	\$400,00	\$4.000,00
	Techo de red de sombra PHDF	Habitación	10	\$22,00	\$220,00
	Kit Panel Solar 100w Regulador 20ª Batería 200ah e Inversor	Unidad	6	\$350	\$2.100,00
Piscina		4x8 m	1	-	\$ 5.000,00
Aguas Servidas	Tubos PVC de 8" pgl	Unidad	12	\$8,00	\$96,00
	Tubos PVC de 6" pgl	Unidad	16	\$6.00	\$96,00
	Cajas de revisiones en hormigón ciclópeo 120	m ³	2	\$65,00	\$130,00
	Tubería PVC de 75mm	Unidad	12	\$13,00	\$156,00
	Rejillas de interior de piso de 50 mm	Unidad	16	\$5,80	\$92,80
Mini cancha de futbol	Arco metálicos de indor fútbol 3 x 2	Unidad	2	\$70,00	\$140,00
	Pintura en esmalte	Unidad	3	\$8,00	\$24,00

	Total	\$118.473,00
--	--------------	---------------------

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

3.4.2 Maquinaria y equipos

Tabla 69

Presupuesto para maquinaria y equipos

Área de hospedaje				
Habitación simple	Cama 2 ½ plaza	2	\$155,00	\$310,00
	Veladores	2	\$25,00	\$50,00
Habitación doble	Cama 2 plaza	8	\$130,00	\$1.040,00
	Veladores	8	\$25,00	\$200,00
Habitación triple	Cama 2 ½ plaza	4	\$155,00	\$620,00
	Cama 1 ½ plaza	4	\$75,00	\$300,00
	Veladores	8	\$25,00	\$200,00
	Juego de mueble: escritorio y silla	10	\$150,00	\$1.500,00
	Silla de ruedas de ducha plegable	10	\$36,00	\$360,00
	Closet	10	\$130,00	\$1.300,00
	Colchón 2 ½ plaza	6	\$90,00	\$540,00
	Colchón 2 plaza	8	\$75,00	\$600,00
	Colchón 1 ½ plaza	4	\$60,00	\$240,00
	Lámpara	10	\$50,00	\$500,00
	Decoración	10	\$45,00	\$450,00
	Cubre camas	16	\$120,00	\$1.920,00
	Almohadas	32	\$ 5,00	\$ 160,00
	Protector de colchón	16	\$8,45	\$ 135,20
	Juego de sábanas	16	\$10,00	\$160,00
	Armadores por docena	10	\$2.90	\$29,00

Cortinas	20	\$12,00	\$240,00
Cobijas de lana	32	\$25,00	\$800,00
Sistema de calefacción	10	\$85,00	\$850,00
Cortina de baño	10	\$21,60	\$216,00
Juego de toallas	18	\$21,00	\$378,00
Teléfonos	10	\$20,00	\$200,00
Caja fuerte digital	10	\$35,00	\$350,00
Sets desinfectantes	10	\$12,00	\$120,00
Set de shampoo/jabón	18	\$1,00	\$18,00
Basureros	10	\$4,00	\$40,00
Escobas	10	\$2,00	\$20,00
Trapeadores	10	\$2,50	\$25,00
Rodapiés	10	\$4,00	\$40,00
Organizador para baño	10	\$3,50	\$35,50
Espejos	10	\$15,00	\$150,00
		H. simples	\$2.105,90
		H. dobles	\$5.829,60
		H. triples	\$6.161,20
		Total	\$14.096,70

Área de recreación

Televisión plasma de 60 pulgadas	1	\$700,00	\$700,00
Equipo de sonido	1	\$600,00	\$600,00
Parrilla de asar	2	\$90,00	\$180,00
Kit para asados	2	\$49,00	\$98,00
Juegos de muebles	2	\$150,00	\$300,00
Silla de ruedas de ducha plegable	1	\$36,00	\$36,00

Silla de madera	15	\$17,00	\$255,00
Mesa	4	\$40,00	\$160,00
Generador de agua caliente	1	\$160,00	\$160,00
Juego de toallas	10	\$13,00	\$130,00
Equipo de primeros auxilios	1	\$55,00	\$55,00
Gabinete contra incendios completo 30 mts	1	\$190,00	\$190,00
Juegos de mesa (cartas, ajedrez, jenga, dominó, damas)	3	\$50,00	\$150,00
Pelota de mini fútbol	3	\$22,00	\$66,00
Juegos para niños	1	\$140,00	\$140,00
Binoculares	5	\$160,00	\$800,00
Telescopio semiprofesional 70/900	1	\$350,00	\$350,00
Dispensador de gel	2	\$20,00	\$40,00
Dispensador de jabón	2	\$20,00	\$40,00
Dispensador de papel toalla	1	\$15,00	\$15,00
Basurero	2	\$4,00	\$8,00
Espejo	1	\$15,00	\$15,00
		Total	\$4.488,00

Área de alimentos y bebidas

Comedor	Mesas de madera	10	\$60,00	\$600,00
	Mueble bar	1	\$350	\$350
	Televisión de 32 pulgadas	1	\$320,00	\$320,00
	Juego de sillas x 4	10	\$30,00	\$300,00
	Taburete Enjoy Moderno HC-104T	3	\$59,00	\$177,00
	Estantería	1	\$45,00	\$45,00
	Mantelería	10	\$4,00	\$40,00

	Servilletas de tela	40	\$0,80	\$32,00
	Centros de mesa	10	\$8,00	\$80,00
	Carta menú	20	\$2,00	\$40,00
	Dispensador de gel	1	\$20,00	\$20,00
	Dispensador de jabón	1	\$20,00	\$20,00
	Dispensador de papel toalla	1	\$15,00	\$15,00
	Basurero	2	\$4,00	\$8,00
	Espejo	1	\$15,00	\$15,00
			Subtotal	\$2.062,00
Cocina	Cocina industrial	1	\$320,00	\$320,00
	Tanque de gas	2	\$30,00	\$60,00
	Refrigerador vitrina exhibidora	1	\$350,00	\$350,00
	Microondas	1	\$175,00	\$175,00
	Licadora	1	\$75,00	\$75,00
	Batidora	1	\$40,00	\$40,00
	Extractor de jugo	1	\$27,00	\$27,00
	Cafetera	1	\$115,00	\$115,00
	Extractor de olores	1	\$120,00	\$120,00
	Extintor	1	\$18,00	\$18,00
			Subtotal	\$1.300,00
Menaje	Tabla de picar	2	\$8,00	\$16,00
	Olla de presión (10 litros)	1	\$46,00	\$46,00
	Ollas pequeñas	5	\$30,00	\$150,00
	Ollas medianas	6	\$43,00	\$258,00
	Ollas grandes	2	\$55,00	\$110,00
	Juego de cuchillos	1	\$18,00	\$18,00

Juego de cubiertos grande	2	\$17,00	\$34,00
Juegos de cedazos	1	\$2,00	\$2,00
Juego de moldes repostería	1	\$20,00	\$20,00
Juego de lavacaras	1	\$7,00	\$7,00
Juego de baldes	1	\$6,00	\$6,00
Juego de sartenes	1	\$72,00	\$72,00
Juego de tazones	1	\$23,00	\$23,00
Recipiente para sal/azúcar	2	\$15,00	\$30,00
Frasco de vidrio	4	\$4,00	\$16,00
Balanza digital cocina	1	\$10,00	\$10,00
Tina pequeña	1	\$3,50	\$3,50
Jarra pequeña	2	\$7,00	\$14,00
Achiotero y vinagrero	1	\$12,00	\$12,00
Afilador	1	\$5,00	\$5,00
Servilleteros	10	\$2,00	\$20,00
Palillos	1	\$0.70	\$0.70
Azucareros	10	\$2.50	\$25,00
Pimenteros	10	\$2.50	\$25,00
Ajiceros	10	\$2.50	\$25,00
Ceniceros	10	\$2.50	\$25,00
Platillero	1	\$18,00	\$18,00
Juego charoles	2	\$5,00	\$5,00
Cucharones	2	\$7,00	\$14,00
Pinza para ensalada	2	\$3,50	\$7,00
Rallador	1	\$10,00	\$10,00
Cesto para legumbres	1	\$25,00	\$25,00

Cesto para frutas	1	\$25,00	\$25,00
Jarra para jugos	2	\$7,00	\$14,00
Jarra lechera	1	\$7,00	\$7,00
Docena de platos soperos	2	\$15,00	\$30,00
Docena de platos fuertes	2	\$15,00	\$30,00
Docena de platos base	2	\$15,00	\$30,00
Docena de platos/café	2	\$15,00	\$30,00
Docena de cucharitas	2	\$9,00	\$18,00
Docena de cucharas	2	\$12,00	\$24,00
Docena de tenedores	2	\$12,00	\$24,00
Docena de cubiertos	2	\$12,00	\$24,00
Docena de vasos de jugo	2	\$12,00	\$24,00
Docena de copas	2	\$15,00	\$30,00
Docena de tazas de café	2	\$20,00	\$40,00
Saleros	10	\$2.50	\$25,00
Abrelatas	1	\$4,00	\$4,00
Destapador de vinos	1	\$4,00	\$4,00
		Subtotal	\$1.435,20
		Total	\$4.797,20

Área de lavandería

Lavadora semi industrial 17kg	1	\$1.700,00	\$1.700,00
Secadora semi industrial 7mwgd	1	\$1.500,00	\$1.500,00
Plancha	1	\$35,00	\$35,00
Planchador de ropa	2	\$50,00	\$100,00
Estantería metálica de tres pisos	2	\$75,00	\$150,00
Armadores	2	\$2,50	\$5,00

Aspiradora	1	\$ 68,00	\$68,00
		Total	\$3.558,00

Área de bodega y mantenimiento

Estantería metálica de 3 pisos	3	\$75,00	\$225,00
Escoba de cerda fina	3	\$2,00	\$6,00
Kit herramientas mantenimiento	1	\$200,00	\$200,00
Trapeador	3	\$2,50	\$7,50
Recogedor	4	\$1,50	\$6,00
Cepillos de plástico	3	\$1,00	\$3,00
		Total	\$447,50

Área administrativa y recepción

Computadora	2	\$900,00	\$1.800,00
Impresora Hp Ink Tank Wireless 415	1	\$250,00	\$250,00
Teléfono	2	\$50,00	\$100,00
Calculadora	2	\$7,00	\$14,00
Archivador	2	\$55,00	\$110,00
Silla giratoria	2	\$70,00	\$140,00
Sillas	4	\$20,00	\$80,00
Decoraciones	4	\$15,00	\$60,00
Materiales de oficina	2	\$25,00	\$50,00
Counter de recepción	1	\$80,00	\$80,00
Juego de sala	1	\$300,00	\$300,00
Dispensador de gel	2	\$20,00	\$40,00
Dispensador de jabón	1	\$20,00	\$20,00
Dispensador de papel toalla	1	\$15,00	\$15,00
Basurero	4	\$4,00	\$16,00

Espejo	1	\$15,00	\$15,00
Camioneta D-Max High Power	1	\$20.000	\$20.000
		Total	\$23.090,00

Área de huerta ecológica

Invernadero 6 m de largo x 4 de ancho	1	\$700,00	\$700,00
Cebolla	460	\$0,021	\$9,66
Zanahoria	150	\$0,08	\$12,00
Brócoli	75	\$0,26	\$19,50
Cilantro	100	\$0,04	\$4,00
Col	75	\$0,09	\$6,75
Acelga	50	\$0,10	\$5,00
Lechuga	25	\$ 0,12	\$3,00
Col morada	25	\$ 0.28	\$7,00
Menta	5	\$0,40	\$2,00
Toronjil	5	\$0,40	\$2,00
Orquídeas	15	\$12,00	\$180,00
		Total	\$950,91
		TOTAL	\$51.428,31

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

3.4.3 Capital de trabajo

A continuación, se detalla los valores económicos relacionados a materia prima e insumos, salarios, permisos, servicios básicos, entre otros, que el *lodge* debe cubrir para su apertura y operación.

Tabla 70*Presupuesto materia prima*

Área de cocina				
Café	Frasco	2	\$9.00	\$18.00
Choco listo	Frasco	2	\$ 2.00	\$4,00
Infusión de hierbas	Caja	4	\$1.00	\$4,00
Leche	Litro	5	\$1,00	\$5,00
Huevos	Cubetas	3	\$3,20	\$9,60
Pimienta	Fundita	2	\$0,60	\$1,20
Sal	Funda	2	\$0,80	\$1,60
Queso grande	Unidad	5	\$2,50	\$12,50
Mortadela	Kilo	5	\$ 5,00	\$25,00
Frutas	Canasto	2	\$15,00	\$30,00
Vegetales	Canasto	2	\$10,00	\$ 20,00
Azúcar	Quintal	1	\$35,00	\$35,00
Arroz	Quintal	1	\$55,00	\$55,00
Papas	Quintal	1	\$11,00	\$11,00
Pasta de maní	Libra	2	\$1,50	\$3,00
Harina de maíz	Libra	10	\$0,60	\$6,00
Harina de haba	Libra	10	\$0,75	\$7,50
Quinoa	Libra	10	\$1,20	\$12,00
Vinagre	Botella	2	\$1,25	\$2,50
Aceite	Botella	4	\$3,00	\$12,00
Achiote	Botellita	4	\$1,00	\$4,00
Cuy	Unidad	5	\$10,00	\$50,00

Trucha	Libra	5	\$ 2,00	\$10,00
Lomo de res	Libra	10	\$ 2,50	\$25,00
Pollo	Unidad	5	\$1,60	\$ 8,00
Mix de verduras	Unidad	3	\$10,00	\$30,00
Cubos de maggi	Caja	3	\$1,50	\$4,50
Fósforos	Paquete	2	\$1,00	\$2,00
Papel aluminio	Roll pequeño	2	\$2,00	\$4,00
Film stretch de alimentos	Rollo grande	2	\$2,00	\$4,00
Toalla de cocina	Paquete	2	\$3,50	\$7,00
Tanqueray dry gin 750 ml		1	\$24,90	\$24,90
Ron parce 8 años 750 ml		1	\$36,25	\$36,25
Jack Daniels 750ml		1	\$40,00	\$40,00
Tequila cuervo especial silver 750 ml		1	\$43,50	\$43,50
Vino álamos syrah 750ml		1	\$12,70	\$12,70
B&Q vino rosado Côtes de provence 750ml		1	\$15,60	\$15,60
Vino blanco(rueda) 750 ml		1	\$13,51	\$13,51
Undurraga merlot 750ml		1	\$9,00	\$9,00
Total mensual				\$618,86
Total trimestral				\$1.856,58

Área de bodega

Guantes		5	\$1,50	\$7,50
Fundas de basura		5	\$1,25	\$6,25
Detergente 8kg		2	\$8,00	\$16,00

Detergente para lavadora 10kg	2	\$10,00	\$20,00
Suavizante de ropa galón	2	\$2,00	\$4,00
Desinfectante	2	\$1,00	\$2,00
Cera de piso	2	\$2,50	\$5,00
Aromatizante	2	\$1,75	\$3,50
Cloro galón	1	\$4,00	\$4,00
Franela	3	\$2,00	\$6,00
Alcohol galón	1	\$6,20	\$6,20
Amonio cuaternario galón	2	\$3,20	\$6,40
Desengrasante y descarbonizante biodegradable galón	1	\$14,62	\$14,62
Jabón líquido galón	2	\$3,20	\$6,40
Toalla de cocina reutilizable	2	\$3,67	\$7,34
Papel higiénico familia green 9 rollos	3	\$7,20	\$21,60
		Total mensual	\$136,81
		Total trimestral	\$410,43
		TOTAL	\$2.267.01

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 71

Presupuesto para combustible

Combustible	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Gasolina extra	25 galones	\$2.00	\$50.00	\$600,00

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 72*Presupuesto para servicios básicos*

Servicio	Costo mensual	Costo anual
Agua	\$2.90	\$35,00
Energía eléctrica	\$100,00	\$1.200,00
Telefonía	\$30,00	\$360,00
Internet	\$30,00	\$360,00
Total	\$187,90	\$1.955,00

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.**Tabla 73***Presupuesto para permisos de operación*

	Permiso	Costo mensual	Costo anual
Obligaciones tributarias	Estatuto de constitución	33.33	400,00
	Elevación escritura	18.66	224,00
Permisos	Patente municipal	1.66	20,00
	Permiso de los Bomberos	2.08	25,00
	Licencia Funcionamiento Turismo	1.42	17,00
	Permiso de funcionamiento de la agencia nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria (arcsa)	16	192,00
	Emisión del certificado de registro de turismo por primera vez	-	-
Total		\$73.16	\$878,00

Nota. La mayoría de los permisos tienen un costo que debe ser cubierto anualmente a excepción del estatuto de constitución y elevación de escritura ya que se realizan una sola vez, además en el caso certificado de registro de turismo por primera vez para alojamiento que no tiene costo.

Tabla 74

Presupuesto para salarios del talento humano

Talento humano	Número	Sueldo mensual	Sueldo anual	BENEFICIOS DE LEY				Remuneración anual total
				Décimo cuarto 1 SBU	Décimo tercero 1 sueldo	Aporte IESS 11.15% mensual	Aporte IESS 11.15% anual	
Administración	1	\$400,00	\$4.800,00	\$400,00	\$400,00	\$44,60	\$535,20	\$7.569,00
Chef de cocina	1	\$400,00	\$4.800,00	\$400,00	\$400,00	\$44,60	\$535,20	\$6.135,20
Mesero	1	\$400,00	\$4.800,00	\$400,00	\$400,00	\$44,60	\$535,20	\$6.135,20
Camarera	1	\$400,00	\$4.800,00	\$400,00	\$400,00	\$44,60	\$535,20	\$6.135,20
Recepcionista	1	\$400,00	\$4.800,00	\$400,00	\$400,00	\$44,60	\$535,20	\$6.135,20
Contador	1	\$50,00	\$600,00	-	-	-		\$600,00
Total		\$2.050,00	\$24.600,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$223,00	\$2.676,80	\$31.276,00

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Para las diferentes áreas del *lodge* es necesario contar con talento humano calificado para desempeñar las actividades de manera correcta. Además se establece un sueldo básico ecuatoriano a todos los empleados bajo dependencia. Y para la persona encargada de llevar los aspectos contables del *lodge*, tendrá una retribución económica de acuerdo a la tarea realizada y el tiempo empleado.

Tabla 75

Presupuesto para gastos extras

Proceso	Gasto mensual	Gasto anual
Gastos de marketing	\$262,50	\$3.150,00
Mantenimiento	\$100,00	\$1.200,00
Gastos imprevistos	\$50,00	\$600,00
Total	\$600,00	\$4.950,00

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

En la presente tabla se prevé una fracción del presupuesto para gastos en imprevistos y mantenimiento de maquinaria cuando se lo requiera.

3.4.4 Total de inversión

Para calcular el total de la inversión para la implementación del proyecto se realizará la suma de todos los gastos a realizarse tanto para la fase de construcción, es decir materiales para la infraestructura y la mano de obra; y también para la operación del *lodge*, es decir, gastos en equipos, insumos, materia prima, servicios básicos, permisos y salario del personal.

Tabla 76*Presupuesto total para el proyecto*

Inversión	Presupuesto
Obra civil	\$118.473,00
Maquinaria y equipos	\$51.428,31
Materia prima	\$2.267,01
Servicios básicos	\$1.955,00
Combustible	\$600,00
Permisos de operación	\$878,00
Marketing, mantenimiento e imprevistos	\$4.950,00
Salario talento humano	\$31.276,00
TOTAL	\$211.827,32

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Para poner en marcha la idea del proyecto se requiere un capital de \$211.827,32. Con el cual además de tener toda la infraestructura necesaria, cubre los gastos para el funcionamiento del *lodge* por el lapso de un año. Pasado el lapso de tiempo antes mencionado la empresa requiere de un capital de trabajo valorado en \$42.176,92 anual para continuar con sus funciones.

3.4.5 Plan de financiación

Tabla 77*Plan de financiación total para el proyecto*

Inversión	Porcentaje	Valor
BanEcuador	51,93%	\$110.000,00
Capital propio	48,07%	\$111.827,32
Total	100%	\$211.827,32

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Para la financiación del proyecto será solicitado un préstamo al banco público BanEcuador que impulsa la producción, inclusión, asociatividad y la mejora de la calidad de vida de los micro, pequeños y medianos empresarios con una tasa de interés baja del 9.76%. Y se aportará con un capital propio, valorado en \$111.827,32 dólares que corresponde al terreno y al capital social.

Tabla 78

Tabla de amortización BanEcuador

Detalle	Valores
Total del préstamo	\$110.000,00
Plazo de amortización	10 años (120 meses)
Frecuencia de pago	Mensual
Tasa de interés (%)	9.76%
Cuota mensual	\$1.439,08
Total a pagar	\$172.689,60
Total interés	\$62.689.60

Nota: Datos obtenidos del simulador de créditos con tabla francesa.

BanEcuador encargado de suministrar parte del recurso económico para la financiación del lodge otorga un crédito de \$110.000,00, los cuales serán cancelados en el plazo de 10 años con una tasa de interés nominal del 9.76%, lo que establece un monto total a cancelar de \$172.689,60. Se calcula mediante la tabla de amortización francesa ya que genera dividendos de pagos periódicos iguales, cuyos valores de amortización del capital son crecientes en cada período, y los valores de intereses sobre el capital adeudado son decrecientes.

3.5 Estructura organizativa y administrativa

3.5.1 Misión

Sachas Inclusive *Lodge* es una empresa privada direccionada a la prestación de servicios de alojamiento y restaurante con productos de calidad, infraestructura adecuada y personal capacitado para satisfacer las necesidades de los clientes comprometido con el cuidado del medio ambiente.

3.5.2 Visión

Para el año 2030 Sachas Inclusive *Lodge* estará posicionado como uno de los establecimientos de alojamiento más innovadores e inclusivos para visitar de la región, distinguido por la alta calidad y exclusividad de sus servicios, mediante prácticas sostenibles y apoyo al desarrollo local.

3.5.3 Políticas

La actividad de la empresa está comprometida con la responsabilidad medioambiental, la sostenibilidad, la responsabilidad laboral y especialmente compromiso social con el sector local. Por ello se establecen algunas normas de sana convivencia para hacer que el ambiente laboral y la estadía sea lo más cálida y placentera posible.

3.5.3.1 Políticas internas.

- Informar al personal operativo y administrativo acerca de la misión, visión y objetivos establecidos por la empresa.
- Cumplir con los requisitos legales y reglamentarios para un servicio de calidad y mejorar la competitividad del sector.
- El *lodge* se rige por horario de trabajo fijo y rotatorio de 8 horas laborables como lo estipula la ley. Por lo cual es obligatorio estar en el puesto de trabajo en su horario establecido, caso contrario se seguirá el órgano regular (llamado verbal, escrito y sanción pecuniaria).

- La empresa debe informar a su personal sobre cambios en cualquier actividad concerniente a la empresa, misma que será ejecutada mediante procesos y gestiones objetivas previamente marcadas por la misma.
- El *lodge* tiene el firme compromiso del reciclaje para ayudar al medioambiente, por lo tanto, todos los productos que se desechen se clasificarán, los orgánicos se utilizarán para realizar abono orgánico para los jardines y áreas verdes y el resto de residuos se tirarán en el contenedor correspondiente para su recolección a cargo del camión recolector de basura del municipio.
- La compra de insumos como frutas, legumbres, lácteos y cárnicos para cocina se realizará principalmente a los habitantes de la comunidad que los producen para garantizar su frescura y calidad, el resto se adquirirá en la cabecera parroquial.
- Proporcionar los recursos necesarios a los trabajadores para desempeñar cada una de las actividades de forma adecuada.
- Permitir participar tanto al personal operativo como administrativo con ideas de mejoramiento para la empresa.
- Mantener un personal calificado, motivado y capacitado a través de evaluaciones periódicas y permanentes en los procesos de cada una de las áreas de la empresa.
- El 10% de todo el personal debe tener un nivel de inglés B1.
- Es obligatorio que los empleados vistan el uniforme de manera correcta y adecuada durante sus horas de trabajo y siempre que representen a la empresa, en caso de incumplimiento del órgano regular (llamado verbal, escrito y sanción pecuniaria).
- Todos los trabajadores fomentarán un ambiente de respeto mutuo y práctica de valores para construir un buen ambiente laboral.
- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes en sus llamadas, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el servicio a la comunidad.
- Cuando se manipulen los alimentos en la cinta de procesado el personal debe usar guantes y mascarilla en todo el proceso.

- Llevar a cabo un cuidadoso proceso de higiene en todas las áreas del local, muebles, equipos de trabajo y alimentos.
- Cumplir con las normas y procedimientos que establece la empresa.
- En caso de existir anomalías dentro de la empresa el personal está en la obligación de comunicar de forma inmediata a su superior.
- Antes de acceder a los espacios del *lodge* es obligatorio desinfectarse las manos, vestimenta y calzado tanto personal como usuarios.
- Brindar seguridad tanto al personal que labora en la empresa como también a los huéspedes de la misma.
- La empresa está en la obligación de devolver a los huéspedes objetos de valor olvidados en las habitaciones después del check out.

3.5.3.2 Políticas externas.

- ✓ Sachas Inclusive *Lodge* se reserva el derecho de admisión.
- ✓ Todos los huéspedes deben registrarse al momento de llegar al establecimiento, presentando su documento de identidad o, en el caso de huéspedes extranjeros, su pasaporte y tarjeta de inmigración.
- ✓ El pago en cualquiera de las modalidades se puede realizar de la diferente manera: 100% al momento del ingreso a establecimiento turístico o 50% por anticipado el día de la reserva y el 50% restante el día que ingrese al establecimiento.
- ✓ El alojamiento debe ser cancelado al momento del check in, ya sea el 100% al momento del ingreso o el 50% por anticipo el día de la reserva y el 50% restante a su llegada al establecimiento.
- ✓ Las reservaciones están sujetas a disponibilidad y variaciones en tarifas hasta no ser confirmadas. Una reservación se considera confirmada cuando se ha cubierto el pago total o apartado correspondiente y se han enviado los documentos que lo comprueben. De lo contrario la disponibilidad y tarifa no pueden ser garantizadas. Una vez confirmada la reservación el cliente recibirá un cupón de confirmación.
- ✓ Cancelación y devolución para grupos (más de 3 habitaciones): cancelación realizada más de 30 días antes de la fecha de llegada

- recibirán un reembolso del 50% del anticipo. Cancelaciones realizadas durante los 30 días próximos a su llegada, no recibirán reembolso alguno. Sin embargo, se aceptará un cambio de fecha (sujeto a disponibilidad) hasta 30 días después de la fecha original de llegada. Por ello el encargado deberá liquidar todas las habitaciones reservadas 15 días antes de su llegada al *lodge*, no se aceptan cancelaciones de última hora.
- ✓ Cancelación y devolución para reservas individuales (hasta 3 habitaciones): cancelación antes de las 72 horas, 100% de reembolso a favor del cliente. Cancelación entre 72 a 24 horas se factura el 50% del valor de una noche de estadía. Cancelación entre 24 horas a 0 horas se factura el 100% del valor de una noche de estadía.
 - ✓ Independientemente de las noches reservadas, de no realizarse el cambio o cancelación en el tiempo y forma antes mencionada, o en caso de no presentarse el huésped en la fecha de entrada, se hará el cargo de "No Show", que corresponde al cobro por el monto de una noche más impuestos por cada habitación.
 - ✓ El horario de *check in* es a partir de las 15:00 horas y el *check out* es hasta las 12:00 horas. En caso de necesitar *early check in* o *late check out*, deberá comunicarse con nuestra recepción para consultar la disponibilidad y los valores asociados a estos servicios.
 - ✓ Solo pueden hacer ingreso y uso de las habitaciones, los huéspedes registrados. Cualquier visita debe ser recibida en nuestras áreas comunes del *lodge*.
 - ✓ No está permitido ingresar al *lodge* con armas de fuego, sustancias inflamables y explosivas, estupefacientes o sustancias similares.
 - ✓ Las toallas para uso externo deberán ser retiradas y devueltas en la recepción.
 - ✓ No está permitido fumar en ninguna de las instalaciones.
 - ✓ El desayuno se sirve en el restaurante a partir de las 07:30 hasta las 10:30 horas.
 - ✓ El aseo de las habitaciones se realizará entre las 10:00 hasta las 15:00 horas.

- ✓ Las llaves de las habitaciones deben ser entregadas en la recepción, la pérdida de una llave implica el remplazo de la cerradura para seguridad de los huéspedes. En caso de pérdida por parte del visitante esta se le será cobrada en su totalidad. Adicional a esto, si la llave no se encuentra en la recepción, la habitación se entiende que está ocupada y no se le realizará el aseo.
- ✓ En caso de escándalos o actos que pongan en riesgo la integridad de los demás huéspedes, ya sea en el interior de las habitaciones o áreas de uso común propiedad del *lodge*, se solicitará desalojar inmediatamente las habitaciones y cubrir el costo total de la habitación.
- ✓ Los daños causados a las instalaciones a causa del mal uso por parte del huésped, serán cargados a la cuenta del mismo. Como son: extravío o daño a la llave habitación, control del televisor u objetos que se encuentren dentro de las habitaciones como son toallas, sábanas, decoración, entre otros.
- ✓ El *lodge* no se hace responsable de cualquier robo y daño parcial o total de sus posesiones dentro de la habitación, instalaciones del *lodge* y/o automóvil, excepto bajo previa declaración.
- ✓ Por políticas medioambientales del *lodge*, las toallas se cambiarán cada dos días, a no ser que el huésped las deje en el suelo, de ser así se le cambiará por una nueva de forma inmediata.
- ✓ Para solicitar el servicio de lavandería, es necesario contactar a recepción hasta las 10:00 horas.
- ✓ Cualquier consumo adicional que este fuera de lo estipulado durante la estadía podrá ser cancelado en efectivo, transferencia electrónica, tarjeta de crédito o débito antes del respectivo check out.
- ✓ Si el huésped porta objetos de valor, estos deberán ser conservados en la caja de seguridad, la cual está a disposición en sus habitaciones.
- ✓ Los niños menores de 6 años pueden pernoctar junto a sus padres utilizando las camas existentes en la habitación y tienen derecho al desayuno. Cualquier menor mayor de 6 años, se considerará adulto y deberá cancelar como adulto. Solo se aceptan menores de edad

acompañados de sus padres o un tutor con la presentación de la respectiva autorización.

- ✓ Toda sugerencia puede ser registrada en el libro de observaciones que se encuentra a disposición en la recepción.
- ✓ Recepción notificará a los huéspedes, en el caso de encontrar objetos y/o valores olvidados en las habitaciones y guardados hasta su reclamo respectivo.
- ✓ El aparcamiento es gratuito para huéspedes.

3.5.4 Valores

➤ **Responsabilidad**

Ser una organización responsable que promueve la protección del ambiente y el cumplimiento ante la sociedad y de esta manera contribuir a mejorar la calidad de vida.

➤ **Transparencia y honestidad**

Cómo *lodge* garantiza confianza, seguridad e integridad, inculcando comportamiento ético dentro y fuera del establecimiento.

➤ **Innovación**

En cuanto a productos, instalaciones y atención al cliente, como empresa busca actualizarse constantemente y presentar experiencias novedosas al visitante.

➤ **Servicio y calidad**

Los servicios que oferta el *lodge* serán siempre de calidad con el objetivo de generar valor ante los mismos y satisfacer las necesidades del cliente, conjuntamente poner a disposición todas las capacidades y mejores actitudes al brindar servicio al cliente.

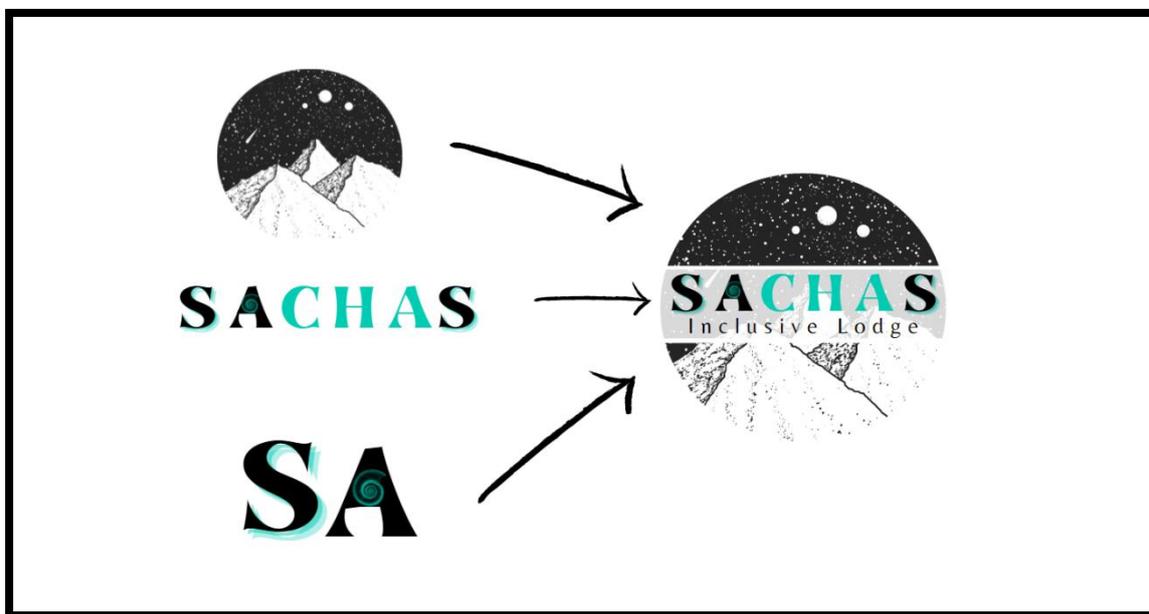
➤ **Libertad**

La libertad caracteriza al *lodge* en todos los sentidos como empresa ya que promueve la participación del cliente interno y externo, la opinión que tengan es válida y considerada por la empresa para mejorar.

3.5.5 Imagen corporativa

Figura 70

Logo de la empresa

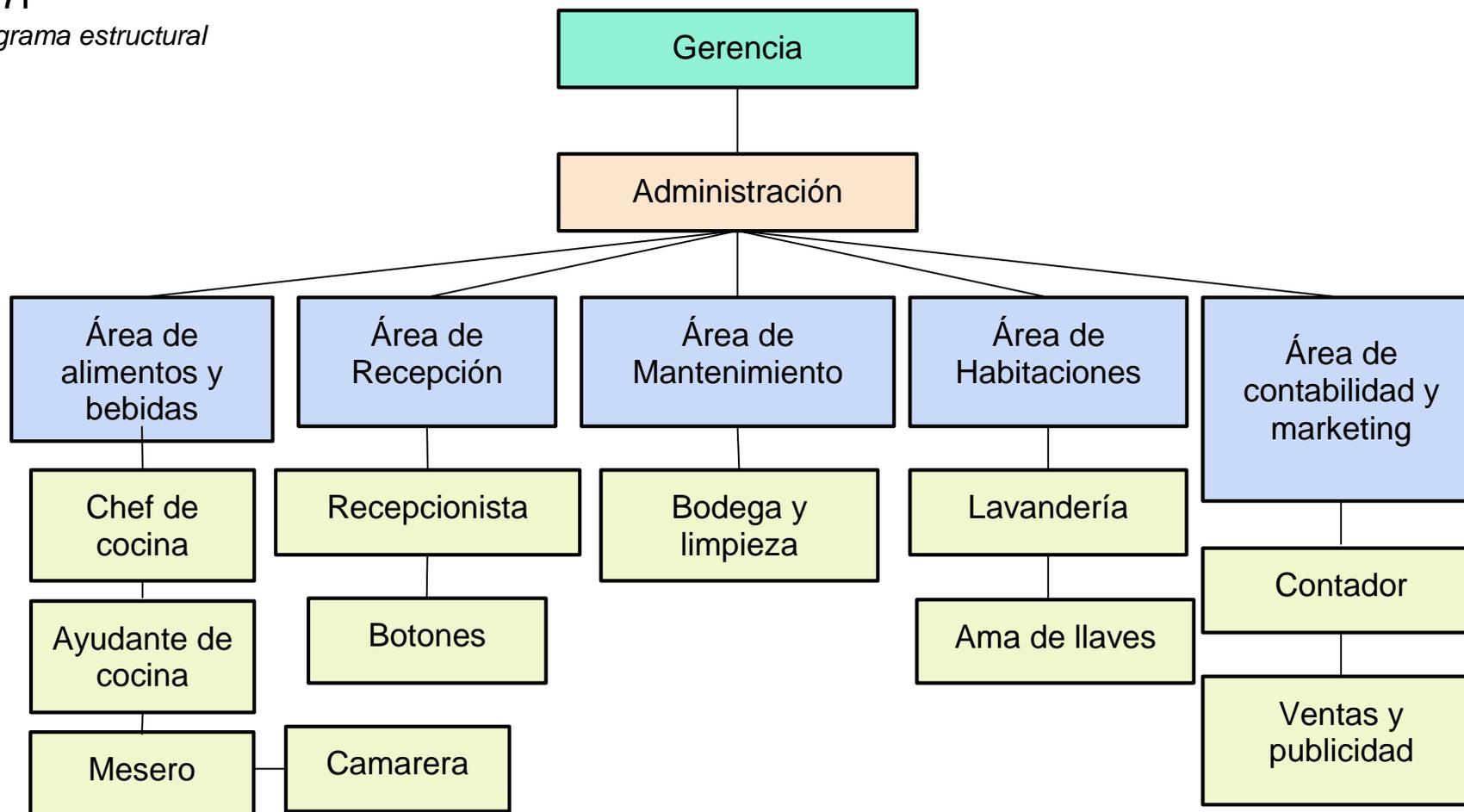


Nota. Realizado por autoras con el programa Canva, 2021.

3.5.6 Organigrama

Figura 71

Organigrama estructural



Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

3.5.7 Manual de funciones

3.5.7.1 Área administrativa.

3.5.7.1.1 Gerente.

Tabla 79

Funciones del gerente

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.01
		Edición:	1
		Fecha:
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:			
GERENTE			
FUNCIONES:			
Planificación	Contabilidad / Finanzas		
Relaciones externas	RR.HH.		
Comunicador			
RESPONSABILIDADES:			
<ul style="list-style-type: none"> • Ser un líder con la capacidad de delegar para trabajar en equipo para el cumplimiento de un objetivo en común. • Análisis de factibilidad de nuevas inversiones de la empresa. • Evaluar y controlar la productividad de las áreas de la empresa. • Buenas habilidades empresariales. 			
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO			
FORMACIÓN			
Conocimiento en administración de empresas y liderazgo de grupos, además de contar con habilidad para comunicarse en idioma inglés, fácil manejo de tecnologías y buen comunicador.			
EXPERIENCIA			
Si se requiere experiencia en este ámbito u otros que hayan podido beneficiar el desenvolvimiento de algunas aptitudes, pero también depende de la motivación del candidato.			
APTITUDES			

Capacidad de trabajo, responsabilidad, liderazgo, organización	
OBSERVACIONES:	Firma:
	Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

El gerente es el líder de la empresa, la persona a cargo de la toma de decisiones más importantes e influyentes para el *lodge*, se caracteriza por tener buenas habilidades para comunicación y liderazgo.

3.5.7.1.2 Administrador.

Tabla 80

Funciones de un administrador

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.02
		Edición:	1
		Fecha:	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:			
ADMINISTRADOR			
FUNCIONES:			
Planificación	Contabilidad / Finanzas		
Comercial / Atención al cliente	RR.HH. / Administración		
RESPONSABILIDADES:			
<ul style="list-style-type: none"> ● Desarrollar, implementar, monitorear y supervisar planes, procedimientos y sistemas tácticos y operativos. ● Asignar tareas y establecer prioridades. ● Encargado de los requerimientos internos y externos, remitir llamadas y correos. ● Proporcionar información a clientes y empleados, responder preguntar y resolver reclamos de manera profesional, discreta y diplomática. ● Supervisar el buen uso del equipo de oficina y mantener el inventario 			
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO			

FORMACIÓN	
Conocimiento en el área de finanzas, economía, mercadeo, operaciones, Preparación para una correcta planificación de eventos, turismo, gestión hotelera, ingeniería, computación, tecnología y comunicarse en idioma inglés u otro.	
EXPERIENCIA	
Requiere experiencia en algunas de estas áreas y motivación por aprender.	
APTITUDES	
Capacidad de trabajo, responsabilidad, atención, cordialidad, respeto, eficiencia en los procesos, capacidad para trabajar bajo presión.	
OBSERVACIONES:	Firma:
	Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

La importancia de este puesto se enfoca en la colaboración que crea con el gerente para cumplir las tareas establecidas y organizar al recurso humano e influir en la toma de decisiones.

3.5.7.2 Área de alimentos y bebidas.

3.5.7.2.1 Chef de cocina.

Tabla 81

Funciones del chef de cocina

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.03
		Edición:	1
		Fecha:	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:			
CHEF DE COCINA			
FUNCIONES:			
Organización		Planificación	
Delegación de tareas		Supervisión	
Creatividad e innovación		Administración	
RESPONSABILIDADES:			

<ul style="list-style-type: none"> • Principios de administración de alimentos y bebidas. • Técnicas de administración del recurso humano, herramientas de gestión. • Procesos para selección, entrenamiento y evaluación de personal. • Creación de planes de capacitación para los integrantes del grupo. • Recetas básicas de la cocina nacional e internacional para los varios tipos de servicio. • Términos técnicos operacionales de alimentos y bebidas. • Primeros auxilios básicos (INEN, 2019). 	
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO	
FORMACIÓN	
Ser competente para demostrar servicio y atención al cliente, tendencias culinarias y de técnicas innovadoras, habilidad para resolver conflictos, conocer gastronomía nacional e internacional.	
EXPERIENCIA	
Experiencia mínima en cargos similares. Adicionalmente, es importante que tengan conocimiento de vinos y platos, así como habilidades administrativas y gerenciales.	
APTITUDES	
Trabajo en equipo, responsabilidad, limpieza, comunicación.	
OBSERVACIONES:	Firma:
	Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

El chef es la persona a cargo de preparar todos los platillos del restaurante. Quien tiene la capacidad de jugar con los sabores y texturas de la comida para elevar los platos tradiciones hacia platos de la alta cocina manteniendo su concepto.

3.5.7.2.2 Ayudante de cocina.

Tabla 82

Funciones del ayudante de cocina

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.04
		Edición:	1
		Fecha:	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:			
AYUDANTE DE COCINA			
FUNCIONES:			
Logística interna	Mantenimiento & Almacén		
Atención al cliente	Diseño del proceso		
Calidad	Procesos		
RESPONSABILIDADES:			
<ul style="list-style-type: none"> • Procedimientos de inventario y rotación de existencias (stock). • Técnicas culinarias: aplicaciones, características, corte, moldeado, aprovechamiento y porcionamiento de alimentos. • Técnicas y uso de maquinaria, equipos y utensilios básicos de la cocina • Datos históricos y recetas básicas de platos calientes y fríos, guarniciones y postres de la cocina nacional e internacional, para los varios tipos de servicios. • Lectura e identificación de hora, temperatura y peso, estimación de tiempo, dimensión, cantidad, rendimiento y costo de los alimentos. • Capaz de escuchar, orientar, liderar, supervisar, motivar y relacionarse con el equipo de trabajo. • Sustituir a otro asistente de cocina o al chef de cocina. 			
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO			
FORMACIÓN			
Conocimiento gastronomía nacional e internacional, atención al cliente, conocimiento de vinos, saber trabajar bajo presión.			
EXPERIENCIA			
Dentro de lo posible es importante que tenga un mínimo de experiencia, pero también, depende de la motivación y aptitudes del candidato.			
APTITUDES			
Honestidad, responsabilidad, y servicio.			
OBSERVACIONES:			Firma:

	Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

El ayudante de cocina debe funcionar como un soporte para el chef ya que debe encontrarse a disposición y realizar las tareas a cabalidad para evitar conflictos con el menú a realizarse.

3.5.7.2.3 Mesero (a) y camarero (a).

Tabla 83

Funciones del mesero(a) y camarero (a)

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.05
		Edición:	1
		Fecha:	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:			
Mesero (a) y Camarero (a)			
FUNCIONES:			
Servicio al cliente	Limpieza		
Comunicación	Cumplimiento de políticas		
Colaboración para todas las actividades			
RESPONSABILIDADES:			
<ul style="list-style-type: none"> • Limpiar y organizar el área de comedor, surtir los saleros, pimenteros y recipientes de demás condimentos. • Mantener limpias y organizadas las mesas. • Estar a disposición del cliente, responder cualquier inquietud y ayudar en lo que necesite. • Saludar y despedir al cliente, además comentar sobre las preparaciones y características del <i>lodge</i>. • Tomar pedidos y entregar en cada mesa. • Entregar la cuenta a los clientes, recibir los pagos y propinas. 			
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO			
FORMACIÓN			
Certificado en atención al cliente, comunicación, organización y estado físico saludable.			

EXPERIENCIA	
Mínimo de experiencia en atención al cliente y conocimientos básicos en el área de alimentos y bebidas	
APTITUDES	
Capacidad de trabajo, responsabilidad, y atención.	
OBSERVACIONES:	Firma:
	Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

El mesero es la persona encargada del recibimiento y atención al cliente en el área de A y B. El camarero está constantemente a disposición del cliente en el área de hospedaje y procura que él se sienta como en casa con una estadía placentera.

3.5.7.3 Área de recepción.

3.5.7.3.1 Recepcionista.

Tabla 84

Funciones del recepcionista

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.06
		Edición:	1
		Fecha:	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:			
RECEPCIONISTA			
FUNCIONES:			
Planificación	Logística interna		
Atención al cliente	Brindar asistencia		
RESPONSABILIDADES:			
<ul style="list-style-type: none"> • Registro de los huéspedes. • Check in y check out. • Registro de llegadas y salidas del establecimiento personal y clientes. • Conteo de huéspedes, salidas y extensión. • Búsqueda de reservaciones. • Cambios de cuarto. 			

<ul style="list-style-type: none"> • Consulta de reservaciones. • Llevar registros computarizados de archivos, facturas e información. • Hacerse cargo de todas las llamadas, correos electrónicos. • Mantener limpia el área de recepción y cerciorarse de que en todo momento se sigan los procedimientos de seguridad de la empresa. 	
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO	
FORMACIÓN	
Habilidades en servicio al cliente, conocimientos tecnológicos a fines de turismo y capacitaciones en hotelería.	
EXPERIENCIA	
Mínimo un año de experiencia en algún área de atención al cliente o de hotelería y turismo, también depende de la motivación y aptitudes del candidato.	
APTITUDES	
Capacidad de trabajo, responsabilidad, atención, carismático, determinado y habilidades en inteligencia emocional.	
OBSERVACIONES:	Firma:
	Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

El recepcionista es la persona encargada del recibimiento al turista, tomar los datos y posteriormente determinar la habitación en la que se hospeda, también puede informar sobre las políticas del establecimiento, igualmente organizar pagos y archivo de facturas.

3.5.7.3.2 Botones.

Tabla 85

Funciones de los botones

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.07
		Edición:	1
		Fecha:	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:			
BOTONES			
FUNCIONES:			
Disposición para ayudar		Comunicación	
Atención al cliente			
RESPONSABILIDADES:			
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las áreas del lodge, áreas del personal y servicios para poder orientar al visitante. • Colaborar con los huéspedes en su llegada con el transporte del equipaje hacia las habitaciones correspondientes. • Verificar al momento que un cliente se retira si la recepción ya tiene la llave de la habitación en la cual estuvo registrado. • Estar a disponibilidad para entregar pedidos de los huéspedes. • Servicio al cliente, atender cualquier inquietud y ser servicial. 			
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO			
FORMACIÓN			
Preparación en hotelería, conocimiento en manejo de tecnologías, título en administración, turismo o similares.			
EXPERIENCIA			
Experiencia en atención al cliente en hoteles o restaurantes.			
APTITUDES			
Carisma, respeto, responsabilidad.			
OBSERVACIONES:		Firma:	
		Fecha: __/__/__	

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Este puesto de trabajo necesita a una persona con muchos conocimientos para relacionarse y comunicarse con el cliente ya que tiene que transmitir amabilidad, confianza y servicio.

3.5.7.4 Área de Mantenimiento.

3.5.7.4.1 Bodega y limpieza.

Tabla 86

Funciones de bodega y limpieza

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.08
		Edición:	1
		Fecha:	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:			
BODEGA Y LIMPIEZA			
FUNCIONES:			
Planificación		Administración	
Limpieza			
Mantenimiento			
RESPONSABILIDADES:			
<ul style="list-style-type: none"> ● Encargado de mantener abastecidos los insumos de la bodega. ● Procurar que la maquinaria tenga el debido mantenimiento establecido para el funcionamiento correcto. ● Organizar la bodega de manera que los insumos para cada área se encuentren de manera fácil y en buen estado. ● Colaborar con la limpieza de las áreas exteriores del <i>lodge</i>. 			
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO			
FORMACIÓN			
Conocimientos sobre mantenimiento de maquinaria, atención al cliente.			
EXPERIENCIA			
No requerida, depende de la motivación y aptitudes del candidato.			
APTITUDES			

Organización, fortaleza, colaboración.	
OBSERVACIONES:	Firma:
	Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

La persona del área de bodega y limpieza debe ser alguien colaborativo con el resto de tareas, además contar con la capacidad de estar al tanto del stock de insumos necesarios y contar con la responsabilidad para cumplir sus tareas.

3.5.7.5 Área de habitaciones.

3.5.7.5.1 Lavandería.

Tabla 87

Funciones de la persona a cargo de lavandería

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.09
		Edición:	1
		Fecha:	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:			
LAVANDERÍA			
FUNCIONES:			
Responsabilidad		Limpieza	
Puntualidad			
Organización de los suministros			
RESPONSABILIDADES:			
<ul style="list-style-type: none"> • Se proporciona a los huéspedes del <i>lodge</i>, recoger y enviar la ropa de lavandería. • Llevar estadísticas de los diferentes tipos de ropa enviados a la lavandería por los huéspedes. • Llevar de manera organizada la ropa que llegue hasta lavandería. • Informe diario de la lavandería de huéspedes. • Control de recepción y entrega de ropa. • Cargos de lavandería. 			
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO			

FORMACIÓN	
Conocimiento en atención al cliente, no se necesita una formación específica, pero sí habilidades para organización y rapidez en la realización de tareas.	
EXPERIENCIA	
No requerida, depende de la motivación y aptitudes del candidato.	
APTITUDES	
Responsabilidad, organización, limpieza, colaborador.	
OBSERVACIONES:	Firma:
	Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

La persona encargada del área de lavandería, debe procurar estar al tanto del cliente por si desea ocupar este servicio, al igual que de los suministros de las habitaciones (sábanas, cobijas, toallas) y que se mantengan limpios, asimismo tomar en cuenta la organización para que no existan pérdidas.

3.5.7.5.2 Ama de llaves.

Tabla 88

Funciones del ama de llaves

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.10
		Edición:	1
		Fecha:	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:			
AMA DE LLAVES			
FUNCIONES:			
Orden	Resolver necesidades		
Limpieza	Sanidad		
Disponibilidad			
RESPONSABILIDADES:			
<ul style="list-style-type: none"> Inspección de habitaciones. 			

<ul style="list-style-type: none"> • Encargarse de la limpieza y mantener en buen estado de funcionamiento y servicio las habitaciones del <i>lodge</i>. • Orden de reparación urgente. • Reporte de bajas y pérdidas. • Solicitud de compra. • Realizar inventario de la lencería, uniformes del personal, mobiliario, equipos y suministros de limpieza. • Etiqueta para objetos olvidados. • Conteo de ropa a camaristas. 	
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO	
FORMACIÓN	
Poseer conocimientos básicos de administración y computación. contar con cursos de atención al cliente.	
EXPERIENCIA	
Experiencia en alguna de las áreas donde va a realizar sus funciones, pero también depende de la motivación y aptitudes del candidato.	
APTITUDES	
Responsable, puntual, honesto, confiable y discreto.	
OBSERVACIONES:	Firma:
	Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por las autoras

Las tareas que desempeña en ama de llaves son de gran importancia en la calidad de las habitaciones y el servicio que se da, debido que siempre debe existir un ambiente de orden y limpieza que aseguren la comodidad del cliente.

3.5.7.6 Área de contabilidad y marketing.

3.5.7.6.1 Contador.

Tabla 89

Funciones del contador

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.11
		Edición:	1
		Fecha:
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:			
CONTADOR			
FUNCIONES:			
Planificación	Contabilidad / Finanzas		
Administración			
RESPONSABILIDADES:			
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de estados financieros del <i>lodge</i>. • Administración de recursos financieros. • Analizar movimientos contables y fiscales. • Realizar presupuestos para nuevas inversiones dentro del <i>lodge</i>. • Mantener informado al gerente de todas las finanzas de la empresa. 			
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO			
FORMACIÓN			
Manejo de tecnologías para poder llevar las finanzas, formación en ventas, fondos públicos, inversiones o alguna a fin que atribuya los conocimientos contables que aseguren la prosperidad del <i>lodge</i> .			
EXPERIENCIA			
No requerida, depende de la motivación y aptitudes del candidato.			
APTITUDES			
Capacidad de razonamiento, detallista y analítico			
OBSERVACIONES:		Firma:	
El contador será contratado por el <i>lodge</i> en los momentos que sea necesario (fin de mes, fin de año u otros), pero no permanecerá tiempo completo en el establecimiento.			
		Fecha: __/__/__	

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Este recurso humano también es imprescindible para llevar los estados financieros de manera correcta, y tener los gastos e ingresos registrados, para saber el rumbo de la empresa de ganancias o pérdidas financieramente,

3.5.7.6.2 Ventas y publicidad.

Tabla 90

Funciones de ventas y publicidad

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.12
		Edición:	1
		Fecha:	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:			
VENTAS Y PUBLICIDAD			
FUNCIONES:			
Planificación	Creatividad		
Comercial / Atención al cliente	Adaptación		
RESPONSABILIDADES:			
<ul style="list-style-type: none"> • Interactuar con los clientes. • Promocionar las ventas, servir a los clientes existentes y obtener nueva clientela. • Estar al corriente con los cambios y las tendencias en el mercado. • Atender las necesidades de los clientes, además de mantener altos estándares de calidad y servicio, buscando mejorar la experiencia de la clientela. • Atender las inquietudes y reclamos de los clientes y brindarles una solución para ofrecer un mejor servicio. • Buscar estrategias de marketing para el <i>lodge</i>. • Manejo de las redes sociales del <i>lodge</i>. 			
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO			
FORMACIÓN			
Título universitario en marketing, ventas o administración de empresas, Conocimiento en el uso de aplicaciones de diseño.			
EXPERIENCIA			

Experiencia en otras empresas donde haya realizado tareas similares en ventas o marketing, o haya sido parte del proceso financiero y creativo de la creación de un producto,	
APTITUDES	
Responsabilidad, Social, Creatividad, Disponibilidad para viajar	
OBSERVACIONES:	Firma:
	Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

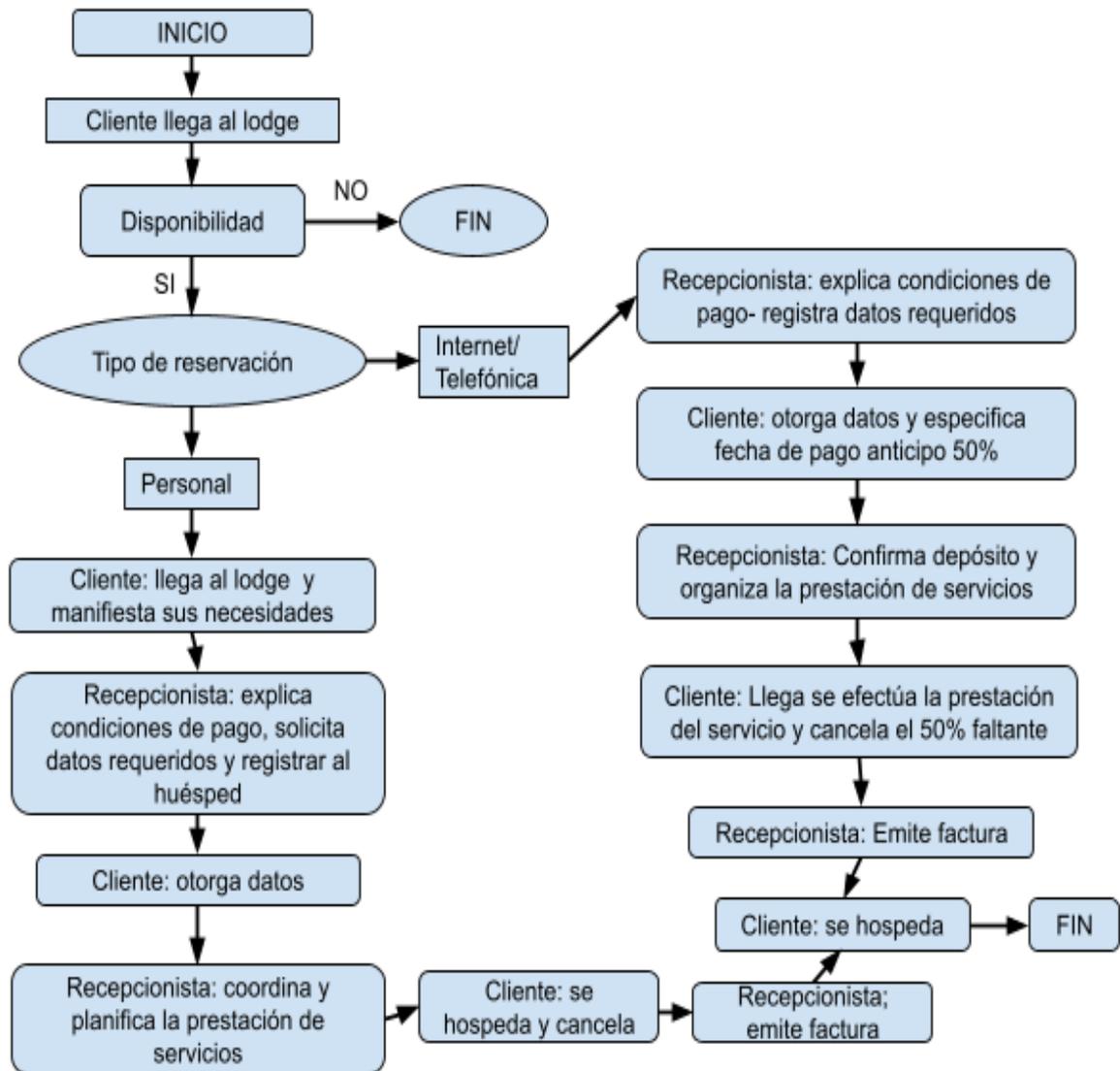
La persona en este ámbito desarrollará dos labores importantes para el *lodge* como es el impulso de las ventas y atención a los compradores en inquietudes o resolución de inconvenientes, a esto se añade la búsqueda de estrategias de marketing en redes sociales, páginas web y otros.

3.5.8 Flujograma de actividades

El presente proyecto de crear un *lodge* inclusivo se basa en la oferta de dos servicios como son alojamiento y alimentación. Pero además se ofrecerán actividades de agroturismo y senderismo que se pretende trabajar más adelante conjuntamente con la comunidad y la Asociación Cóndor Treking. Los flujogramas están diseñados de acuerdo a las actividades que se ofertan en el *lodge*.

Figura 72

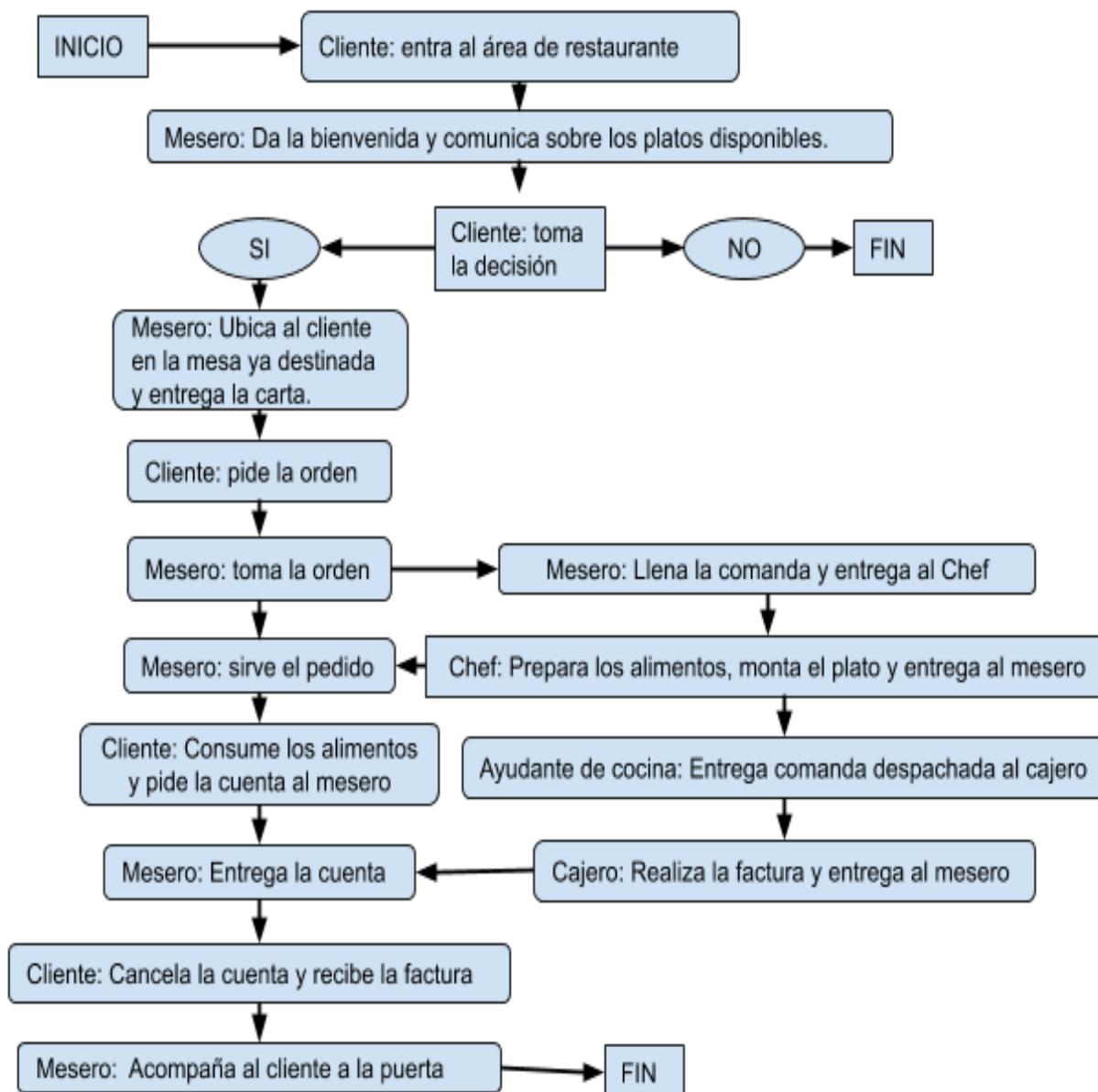
Diagrama de flujo para el servicio de hospedaje



Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Figura 73

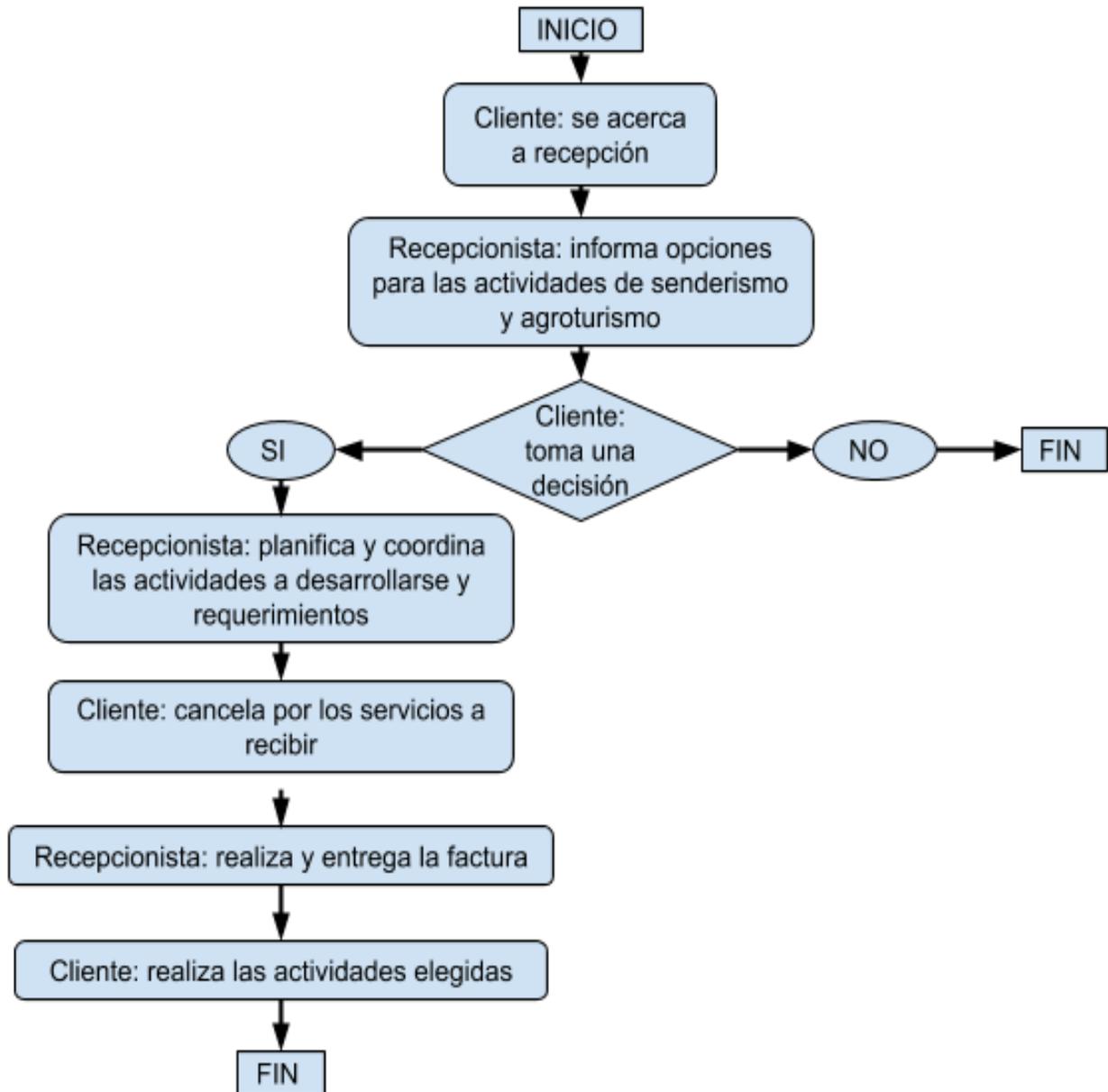
Diagrama de flujo para el servicio de alimentación



Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Figura 74

Diagrama de flujo para el servicio de senderismo y agroturismo



Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

3.5.9 Descripción del diagrama de flujo

Como se puede observar en el diagrama de flujo para el servicio de hospedaje se dispone de dos maneras de adquirir el servicio: una de ellas es de forma presencial y directa en el *lodge* y la segunda una reservación por medio de llamada telefónica o la página web del establecimiento. Para el primer caso debe acercarse a la recepción donde la persona encargada le informa de los diferentes servicios que dispone el *lodge* y sus respectivas habitaciones, una vez tomada la decisión por parte del cliente en caso de que su respuesta sea no, se termina el proceso en ese momento y caso contrario sea si, se procede a pedir sus datos para su registro y el cliente procede a cancelar la totalidad del servicio antes de su consumo. Para el segundo caso como es la reserva, una vez confirmada con el abono del 50% del servicio por parte del cliente se procede a planificar las actividades para recibir al cliente en el día establecido. Al momento de su arribo al establecimiento se procede al ingreso del cliente y el pago del 50% faltante para que pueda hacer uso de los servicios. Durante todo el tiempo de estadía del cliente desde su check in, todo el personal se encuentra al pendiente de sus requerimientos, para el caso de consumos extras y que no estén dentro de lo ofertado por el *lodge*, ese valor debe ser recargado al cliente y cancelado ya sea en recepción o en el restaurante antes del check out.

Para el segundo diagrama sobre el servicio de alimentación, se inicia en el área de restaurante mientras se encuentra el cliente en el lugar. Todo empieza con el primer contacto mesero-cliente, donde el mesero se encarga de darle la bienvenida, brindarle información sobre el menú disponible para ese día. El cliente con la información procede a tomar la decisión de consumir o no, en caso de la respuesta es no se termina el proceso; caso contrario con la respuesta si, el mesero dirige al cliente a la mesa respectiva y entrega la carta. Mientras espera el mesero prepara los utensilios, luego una vez tomada la decisión por el cliente el mesero toma la orden y la comanda la entrega a la cocina para que el chef proceda a la preparación respectiva. Una vez listo el plato el mesero lo retira de la cocina y lo entrega al comensal para su degustación. El personal está pendiente a nuevos requerimientos en caso de existir por parte del comensal. El cliente al sentirse satisfecho solicita la cuenta, la cual está lista y será entregada

por el mesero, el cliente cancela por el servicio adquirido y finalmente el mesero le agradece por su consumo y le acompaña a la puerta para que el cliente continúe disfrutando de su estadía en el *lodge*.

Finalmente, para el servicio de senderismo y actividades de agroturismo todo inicia cuando el cliente interesado con una previa investigación y curiosidad se acerca a recepción a preguntar sobre actividades antes mencionadas, costes y horarios. Una vez el cliente con toda la información decide si adquirir el servicio o no, en caso de ser la respuesta no se termina el proceso como en todos los casos. En caso de ser si, el recepcionista procede a coordinar todas las actividades con las personas involucradas externas para dichas actividades. Previo a su disfrute el cliente debe cancelar por el servicio a adquirir. Una vez finiquitado todo el proceso se establece el horario y personal a cargo para el acompañamiento a las diferentes actividades y así su estadía y convivencia con la comunidad sea única y placentera.

3.6 Constitución legal de la empresa

Sachas Inclusive *Lodge* se constituirá como una empresa privada de responsabilidad limitada que se fundamenta en las leyes vigentes del Ecuador. Para constituir o registrar el *lodge* como Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S) se necesita tener los siguientes requisitos y realizar los siguientes trámites:

3.6.1 Requisitos para constituir una S.A.S.

1. Certificado electrónico del accionista (firma electrónica).
2. Reserva de la denominación.
3. Contrato privado o escritura.
4. Nombramiento(s).
5. Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en el sistema, datos necesarios: tipo de solicitante, nombre completo, número de identificación, correo electrónico, teléfono convencional y/o teléfono celular, provincia, ciudad y dirección.
6. Copia de cédula o pasaporte.

3.6.2 Pasos para constituir una S.A.S.

1. Reservar nombre en la Superintendencia de compañías
 - 1.- Registrarse como usuario del portal web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.
 - 2.- Ingresar al portal de trámites de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros: www.supercias.gob.ec.
 - 3.- Reservar denominación para constitución de compañía.
 - a) Reserva de denominación (Constitución).
 - b) Si la compañía integrará a un holding: NO.
 - c) Sector al que pertenecerá la compañía a constituir: SOCIETARIO.
 - d) Selección del domicilio que tendrá la compañía a constituir.
 - e) Ingresar el nombre de la compañía, sin hacer referencia al tipo.
 - f) Seleccionar posible expresión peculiar relacionada con el nombre.
 - g) El sistema verificará la similitud entre la expresión peculiar seleccionada y los nombres de las compañías existentes. En caso de existir similitud debe regresar a ingresar nombre de la compañía con un nuevo nombre. Pero si no se encuentra nombres similares el sistema procede con el siguiente paso.
 - h) Seleccionar el tipo de compañía y el formato del tipo de compañía que se desea incluir en el nombre. El tipo de compañía siempre se colocará al final del nombre propuesto.
 - i) Leer el acuerdo de responsabilidad y confirmación de reserva.
 - j) El sistema mostrará la pantalla con la confirmación de la reserva y el número de la solicitud.
 - k) Imprimir la absolución de denominaciones (opcional).
2. Descargar formato de documentos
 - a) Ingresar al portal www.supercias.gob.ec
 - b) Ingresar a Guías del Usuario y descargar los formatos y documentos requeridos (contrato, nombramientos y formularios de registro).
 - c) Llenar la información solicitada en los documentos descargados.

3. Enviar al correo electrónico de la oficina correspondiente

Enviar a la cuenta del correo electrónico los documentos obligatorios:

- a) Solicitud de Constitución.
- b) Un archivo PDF que contenga Contrato Privado / Escritura + Reserva debidamente firmado electrónicamente.
- c) Un archivo PDF por cada nombramiento, debidamente firmado electrónicamente.
- d) Un archivo PDF que contenga los formularios de registro de los accionistas y administradores y la copia de las respectivas cédulas o pasaportes.

Intendencia regional de Quito: Amparo Fernández-amparof@supercias.gob.ec

4. Con la solicitud recibida se creará un trámite de constitución de S.A.S, la información referente al inicio del proceso de constitución será enviada al correo electrónico del solicitante.
5. El trámite será revisado y gestionado por el área de registro de sociedades, durante dicha gestión de ser necesario se enviará correos electrónicos al solicitante para subsanar cualquier observación del proceso. de no existir observaciones o luego de ser superadas, se procederá a generar las razones de inscripciones del contrato o escritura y del o los nombramientos según sea el caso. (si la constitución de la S.A.S. es electrónica el sistema otorgará automáticamente el número de RUC).
6. Se procederá a comunicar vía correo electrónico al solicitante la finalización del proceso con toda la información referente a la nueva compañía constituida adjuntando las razones de correspondientes.

3.6.3 Permisos municipales

Se debe realizar en el municipio donde se va a crear la empresa. Se debe sacar los siguientes documentos:

3.6.3.1 Registro único de contribuyentes.

Requisitos para sociedades:

- 1) Formulario 01A y 01B llenos por el representante legal.
- 2) Escrituras de constitución
- 3) Nombramiento del Representante legal o agente de retención.
- 4) Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención.
- 5) Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención.
- 6) Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

Es importante mencionar que se debe inscribir a la empresa dentro de los treinta primeros días de haber iniciado sus actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional y que dispongan de bienes por los cuales deban pagar impuestos.

3.6.3.2 Certificado de Registro de Turismo.

Los requisitos para acceder al Certificado de Registro de Turismo en la clasificación y categoría que se requiere por primera vez para persona jurídica tenemos:

- 1) Registro Único de Contribuyentes (RUC) generado.
- 2) Inventario Valorado de los activos de la empresa.
- 3) Declaración de activos fijos para la contribución de 1x 1000.
- 4) Lista de tarifa rack.
- 5) Escritura de constitución.
- 6) Nombramiento del representante legal.

3.6.3.3 Permisos sanitarios.

- 1) Número de Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- 2) Número de cédula y datos del responsable técnico de los establecimientos que lo requieren.
- 3) Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC/RISE)

- 4) Categorización otorgada por el Ministerio de Turismo o junta nacional del artesano (ANEXO 2).
- 5) Categorización de las Organizaciones del Sistema de Economía Popular y Solidaria.

3.6.3.4 Permiso de uso de suelo.

Se debe realizar el siguiente trámite:

- 1) Llenar el formulario en los campos respectivos y firmar.
- 2) Adjuntar al formulario los requisitos establecidos:
 - a. Copia de la escritura debidamente registrada/ o contrato de arrendamiento (legibles).
 - b. Presentación de cédula y certificado de votación del solicitante.
 - c. Certificado de no adeudar al municipio del solicitante, vigente.
 - d. Certificado del GAD parroquial si no afecta a su PDOT.
 - e. Certificado del cabildo indicando que la comunidad no es afectada.
 - f. Acta de firmas de respaldo de la reunión realizada para inicio de actividad con los colindantes del sector.
 - g. Copia del RUC de la actividad económica.
- 3) Dirigirse a las oficinas de la dirección de planificación del municipio para entrega de documentos.
- 4) Ubicación del lote y se procede a la elaboración de la certificación según corresponda.
- 5) Pago de la tasa administrativa respectiva del certificado de uso del suelo a la categoría según corresponda y recepción del documento al solicitante.

3.6.3.5 Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

Los pasos a seguir son:

- 1) Llenar formulario de inicio de trámite con información correspondiente de acuerdo a la actividad comercial.
- 2) El personal técnico de la Unidad de Prevención se comunicará mediante el correo electrónico o el teléfono registrado por el solicitante para fijar la

hora y fecha de inspección del local o actividad comercial, para lo cual deberá tener listos los siguientes documentos:

- a. RUC actualizado.
- b. Copia de cédula y certificado de votación actualizado del propietario del negocio o representante legal.
- c. Plan de emergencia o autoprotección de acuerdo a la actividad comercial y según el requerimiento del inspector.

Si es la primera vez que tramita el permiso de funcionamiento o ha realizado cambio de establecimiento se deberá adjuntar el permiso de uso de suelo emitido por el GAD Municipal.

- 3) El personal técnico de la Unidad de Prevención emitirá el Informe de Inspección respectivo favorable, de lo contrario se comunicará mediante correo electrónico o teléfono registrado, indicando las novedades para la corrección inmediata.
- 4) Cancelar los valores correspondientes emitidos tras la inspección por la institución.
- 5) Presentación del comprobante de pago.
- 6) Obtención del permiso de funcionamiento anual del Cuerpo de Bomberos.

3.6.3.6 Patente Municipal.

Requisitos son:

- 1) Formulario de solicitud y declaración de patente.
- 2) Certificado de no adeudar a la Municipalidad.
- 3) Copia de la cédula, certificado de votación y nombramiento del representante legal.
- 4) Copia del RUC.

Salvo el caso de ser primera vez no se solicitará copia del RUC, de acuerdo al Art. 551 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización.

- 5) Copia del documento de constitución de la empresa.
- 6) Copia de la declaración del impuesto a la renta del año anterior.

- 7) Copia de los estados financieros legalizados y firmados por el contribuyente y contador.
- 8) Permiso de funcionamiento emitido por el Cuerpo de Bomberos.

3.6.3.7 Licencia Anual de Funcionamiento.

Para obtener el permiso de funcionamiento correspondiente se debe presentar los siguientes requisitos:

- 1) Certificado de Registro Turístico (nuevos establecimientos) y categorización como establecimiento turístico emitido por el MINTUR
- 2) Copia del menú o carta con los respectivos precios para establecimientos de alimentos y bebidas (nuevos).
- 3) Comprobante de pago del 1x1000 sobre el total de activos fijos emitido por el MINTUR.
- 4) Certificado de compatibilidad y Uso de Suelo (en caso de establecimientos que expenden bebidas alcohólicas).
- 5) RUC o RISE.
- 6) Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- 7) Comprobante de pago de patente municipal.
- 8) Comprobante de pago de tasa de turismo.

3.6.4 Registro de la marca

Finalmente, para el registro de la marca se debe realizar lo siguiente:

- 1) Solicitar asesoría en las ventanillas.
- 2) Generar la solicitud en línea en el Portal del SENADI, con los requisitos básicos necesarios a fin de reproducir el comprobante de pago.
 - a. Requisitos Obligatorios:
 - i. Solicitud de Registro de Signos Distintivos.
 - ii. Comprobante de pago de tasa.
 - iii. Etiqueta en Digital (Formato JPG de 5X5 cm.)
 - b. Requisitos Especiales:
 - i. Certificado Financiero para descuento

- ii. Poder o nombramiento otorgando representación legal para presentación del trámite
 - iii. Documento de Prioridad
- 3) Pagar la tasa correspondiente en el Banco del Pacífico
 - 4) Iniciar el proceso de registro de la marca en el portal del SENADI.
 - 5) Retirar el título, en el caso de ser concedido.

Este procedimiento puede variar conforme a características específicas de cada trámite a ser atendido por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales - SENADI.

Una vez culminado todo el proceso antes descrito, el *lodge* se encontrará legalmente constituido y podrá dar inicio a sus actividades productivas conforme lo establece la ley.

CAPITULO IV ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING

En este capítulo se detalla características de la empresa en relación a la imagen comercial como logotipo, eslogan y la razón de los mismos, características diferenciales del establecimiento, así como estrategias de promoción de los servicios y los canales de distribución para lograr mayor alcance hacia el público objetivo y nuevos clientes. Además, promociones especiales y los nuevos servicios que la empresa desea implementar en un futuro como proceso de innovación y mejora continua.

4.1 Nombre comercial de la empresa

La denominación social para el emprendimiento es “SACHAS INCLUSIVE LODGE”, este nombre tiene el objetivo de ser una referencia directa de la empresa hacia los consumidores, dando a conocer el tipo de servicio que brinda, junto con sus valores añadidos, también destaca porque tiene características como la facilidad para ser recordado y pronunciado por el cliente, además de diferencia del resto de marcas competidoras y menciona palabras claves del nicho al que está dirigido como empresa.

Figura 75

Significado de la denominación social de la empresa

SACHAS

Es una palabra proveniente de vocablo quichua, la cual se traduce al español como selva o bosque haciendo referencia también a la riqueza de la naturaleza.

INCLUSIVE

Este término viene del idioma inglés, que significa inclusivo en el idioma español, señalando el valor agregado de inclusividad y accesibilidad que existirá en el lodge para personas con discapacidad física.

LODGE

Es una palabra en inglés que se refiere a la categoría de hospedaje debidamente clasificada en el Reglamento de alojamiento turístico del Ecuador, al cual pertenecerá el establecimiento.

Nota. Descripción de los términos utilizados para la denominación social.

4.1.1 Logotipo

El logotipo de “Sachas Inclusive Lodge” es una representación de las cualidades más relevantes en cuanto a sus atractivos que brindan una esencia única, destacable y diferenciable. Se clasifica como un imagotipo debido a que es la combinación de una imagen y un texto, que igualmente funcionan por separado.

Figura 76

Logotipo de la empresa Sachas Inclusive Lodge



Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Figura 77

Significado de los elementos que conforman el logotipo



Sachas Inclusive Lodge: Denominación social de la empresa



Caracol: Simboliza las cabañas en forma de caracol, que serán la arquitectura representativa del lodge.



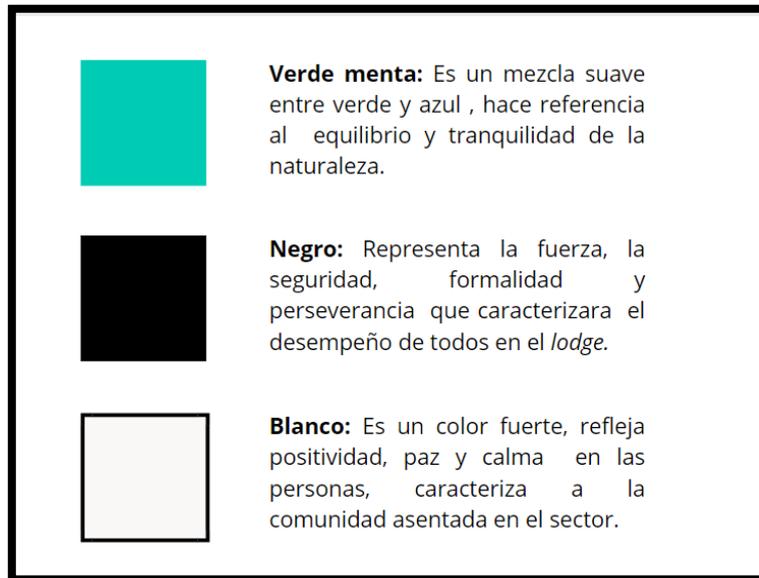
Estrellas: Representa la ubicación del lugar natural y alejado de la ciudad, ideal para la visualización del cielo nocturno, atardeceres y paisajes.

Montañas: Representa las montañas y páramos que lo rodean, especialmente al Parque Nacional Cotacachi Cayapas con el cual limita.

Nota. Descripción de los elementos combinados.

Figura 78

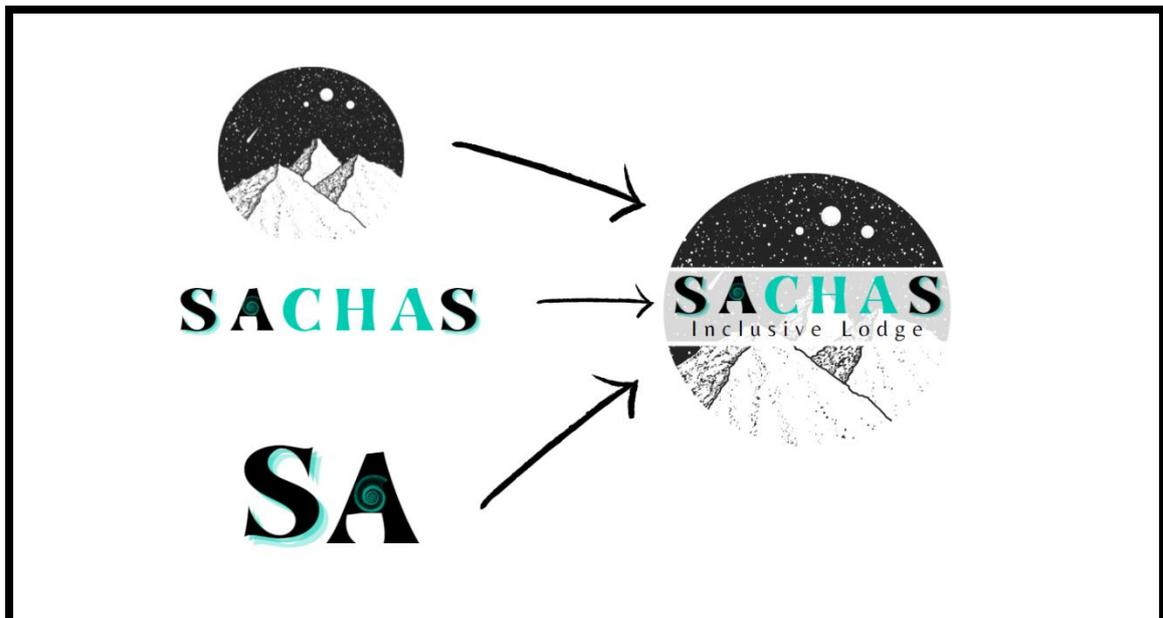
Gama cromática de la composición del logotipo



Nota. Significado de los colores basándose en la psicología del color, de modo que aporten identidad al logotipo.

Figura 79

Capacidad de adaptabilidad del logotipo



Nota. El logotipo puede ser adaptado a tamaños y lugares sin afectar su esencia, y transmitiendo la misma identidad de la empresa.

4.1.2 Eslogan

El eslogan es la frase que identifica al establecimiento, cabe destacar, que es memorable, corta y guarda un gran significado, ya que invita a las personas a escapar de su cotidianidad para encontrar el establecimiento y vivir una experiencia de conexión con la naturaleza, distracción, relajación y aprendizaje.

Figura 80

Eslogan del establecimiento

**Si escapas,
Puedes
Encontrarnos .**

Nota. Frase representativa de Sachas Inclusive Lodge.

Figura 81

Eslogan y logotipo del establecimiento



Nota. Marca de Sachas Inclusive Lodge

4.1.3 Identidad corporativa

La identidad corporativa del lodge se verá reflejada en el diseño de la papelería corporativa en la que el logotipo estará presente. A continuación, se detalla los elementos a utilizarse.

Figura 82

Paquete Magic Days





DIA 1

1. ACTIVIDADES DE AGROTURISMO
2. OBSERVACION PAISAJISTICA Y ASTROLOGICA
3. PISCINA

DIA 2

1. OBSERVACIÓN DE AVES
2. VISITA LAGUNA PATOCOCHA
3. FOTOGRAFÍA
4. ACTIVIDADES DE RECREACION
5. PISCINA

DIA 3

1. VISITA CASCADA CÓNDROR PACHA
2. ENTREGA DE OBSEQUIOS

MAGIC DAYS

\$ 120,00

3 días y 2 noches

ACTIVIDAD DE SENDERISMO



LEMIJO
¡¡¡¡¡ ¡¡¡¡¡ ¡¡¡¡¡ ¡¡¡¡¡ ¡¡¡¡¡

1. Ruta
 - Definir empresa y definir breves su objetivos
 - Cuál es el tiempo estimado
 - El nivel de dificultad de la ruta
2. Información meteorológica
 - Las condiciones generales
 - La información que se brinda con respecto al tiempo
3. Mapa y orientación
 - Mapa de papel en caso de falta de cobertura o batería
 - Cámara para tomar fotos de las maravillas en el camino
 - Compás
4. Bastón
 - Ayudar a mantener el equilibrio
 - Reducir la carga en las piernas
 - Reducir el riesgo de resaca
 - Suavizar la marcha
5. Agua y comida
 - Llevar el mínimo peso y mucho de agua o de bebidas isotónicas
 - Llevar en pequeños envases
 - Nunca esperar a que tengas sed
 - Nunca esperar a que tengas hambre
 - Nunca dejar que se acabe el agua o la comida
 - Nunca dejar que se acabe el agua o la comida
6. Calzado
 - Apto para montaña
 - Con buena suela
 - Que suene al caminar
 - Irregulable
7. Ropa
 - Sigue la regla de los 3 colores
 - Capa seca - Para protegerse del viento y la lluvia
 - Capa cálida - Para protegerse del frío
 - Capa de protección - Resistente a los rasguños y cortes
 - Capa de protección - Resistente a los rasguños y cortes
8. Equipo
 - Botiquín esencial
 - Protección solar
 - Gorra
 - Lentes de sol
 - Linterna
 - Linterna
 - Linterna

www.lemi.com.mx

INCLUYE

- Alojamiento
- Alimentación
- Comodidad
- Baño privado
- Ducha de agua caliente
- Piscina
- Mirador
- Agroturismo
- Senderismo
- Actividades recreativas
- Box Lunch
- Té o café ilimitado

NO INCLUYE

- Propinas y gastos personales
- Todo lo que no haya sido incluido en el programa
- Seguro de viaje



¿QUE LLEVAR?



- Llavero identificativo
- Estera para dormir blando
- Cosas que necesites tener a mano por si hay un cambio brusco de temperatura, entre el hombre, etc.
- Comida
- Toallas
- Neceser
- Baterías, pilas
- Ropa de abrigo y pantalones
- Muda de ropa, una por día camiseta, ropa interior y calcetines
- Agua
- Zapatos de repuesto
- Chancas para poder ducharte con tranquilidad
- Saco de dormir
- Botiquín básico

CONTACTO

 @Sachas Lodge
 Sachas Inclusive Lodge
 0969851263-0993958327

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Figura 83

Diseño de tarjeta de presentación de Sachas Inclusive Lodge



Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Figura 84

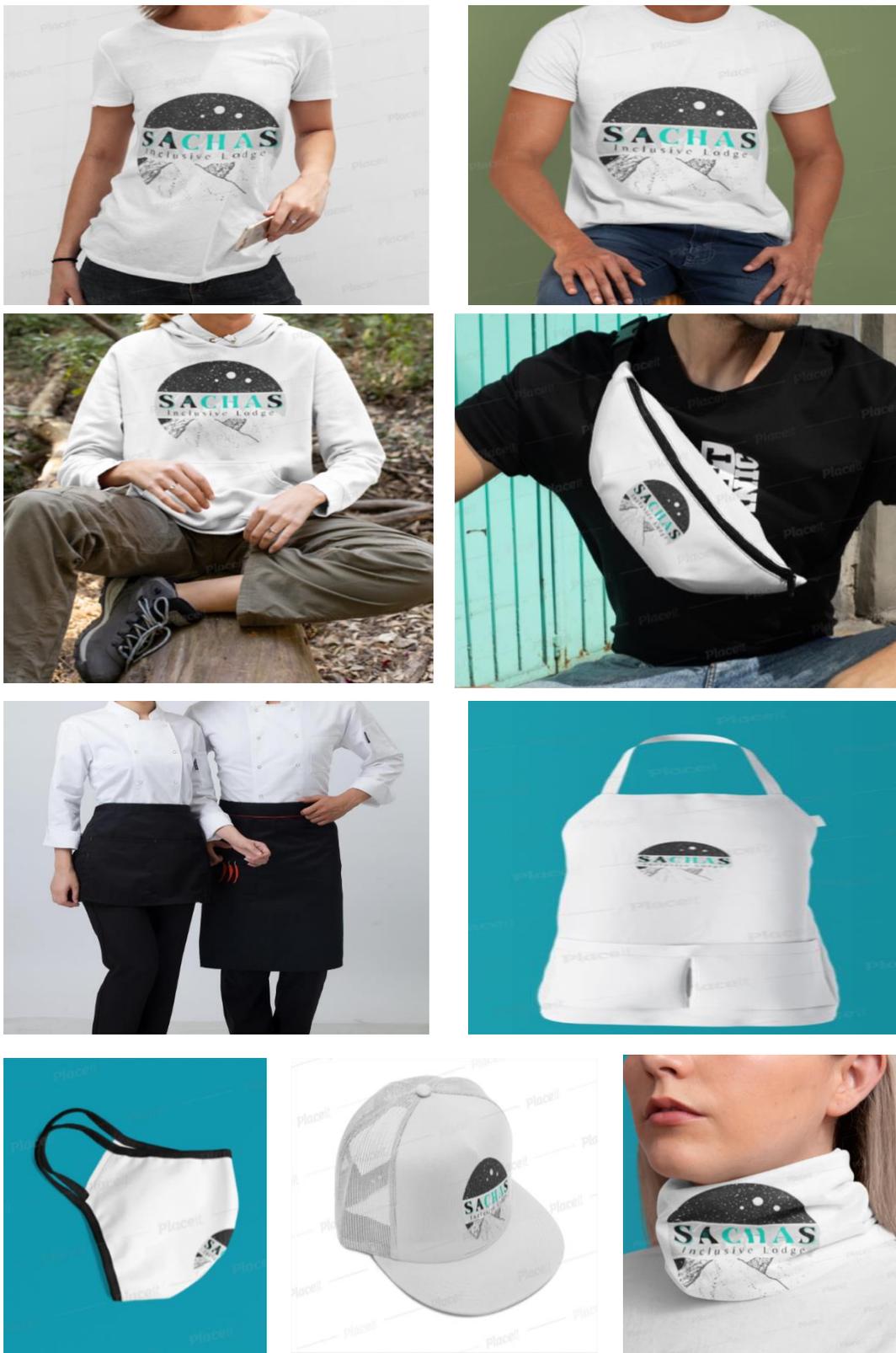
Implementos corporativos para el área administrativa y recepción



Nota. Identidad visual de Sachas Inclusive Lodge.

Figura 85

Implementos corporativos para el personal de servicio



Nota. Identidad visual de Sachas Inclusive Lodge.

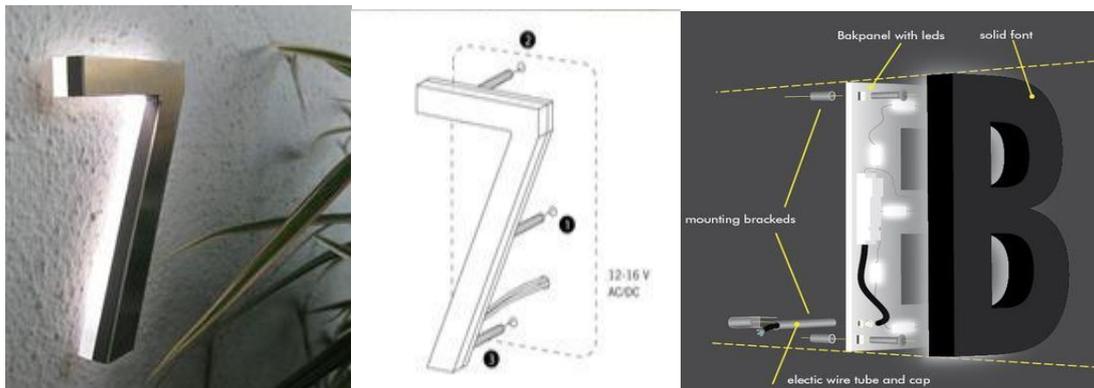
Las figuras son una referencia para el diseño de los diferentes implementos corporativos del *lodge*, para crear una perspectiva positiva y única al público, definiéndose como ADN de marca, también está incluida una mascarilla de la mejor calidad para cuidado del personal como de los huéspedes por la actual pandemia.

4.1.4 Señalética del Lodge

Este tipo de señalética será utilizado para identificar las áreas del *lodge*, son hechos de materiales como aluminio o acrílico de alta calidad, tienen un tiempo de vida largo y garantizan su funcionamiento en áreas abiertas o exteriores, puede iluminar frontal y lateralmente para fácil identificación en la oscuridad por tener iluminación LED que funciona a través de paneles solares.

Figura 86

Señalética 3d



Nota. Señalética con iluminación LED en 3d para el *lodge*.

La señalética antes descrita solo se utilizará en las instalaciones del *lodge*, como alternativa para reducir el consumo de energía eléctrica y contribuir al medio ambiente.

Además, no se utilizará señalética informativa ni publicitaria fuera de las instalaciones del *lodge* para no contribuir a la contaminación visual por este tipo de publicidad en exteriores. También considerando que se encuentra en una sociedad más tecnologizada, se ha establecido utilizar sobre todo la publicidad on-line a través de la página web y redes sociales del *lodge*.

4.1.5 Precio de habitaciones

Los precios para las habitaciones del *lodge* se establecieron en relación a los resultados obtenidos en las encuestas y los gastos de servicios básicos, salarios, costos de muebles y enseres, mantenimiento e imprevistos en los que incurrirá el *lodge*. Además, haciendo una comparación con los competidores que ofrecen un servicio similar en el sector. Está establecido un precio justo y acorde al servicio con el cual se prevé llegar a cubrir todas las necesidades del establecimiento y la obtención de ganancias económicas. Cada habitación tiene un nombre característico de una de las constelaciones más reconocidas y que pueden ser observadas desde el cielo nocturno de Sachas inclusive *Lodge*.

Tabla 91

Precios por habitación

Precio habitaciones				
	Nombre		PVP	Precio total
Habitaciones simples	Orión	\$25,93 Incluido IVA	\$30,00	\$60,00
	Andrómeda	\$25,93 Incluido IVA		
Habitaciones dobles	Osa mayor	\$49,58 Incluido IVA	\$55,00	\$220,00
	Capricornio	\$49,58 Incluido IVA		
	Centauro	\$49,58 Incluido IVA		
	Pléyades	\$49,58 Incluido IVA		
Habitaciones triples	Cruz	\$79,23 Incluido IVA	\$85,00	\$340,00
	Libra	\$79,23 Incluido IVA		
	Osa menor	\$79,23 Incluido IVA		
	Géminis	\$79,23 Incluido IVA		
Total			\$170,00	\$620,00

Nota. Dentro del costo de la habitación incluye desayuno continental.

Tabla 92

Cálculo del costo para una habitación simple

Habitaciones simples		
	Costos fijos anuales	Costos fijos mensuales
Servicios básicos	\$1.955,00	\$0,58
Salarios	\$31.276,92	\$9,31
Muebles y enseres	\$2.105,90	\$3,13
Permisos de funcionamiento	\$878,00	\$0,26
Insumos desayuno	\$1.061,76	\$3,00
Total	\$37.277,58	\$16,28
	Costos Variables trimestrales	Costos variables fijos mensuales
Insumos de bodega	\$410,43	\$0,24
Total, precio neto de producción	\$37.688,01	\$16,52
		Subtotal
Utilidad 35%		\$5,78
Comisión 10%		\$1,65
IVA 12%		\$1,98
Total		\$25,93

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 93

Cálculo del costo para una habitación doble

Habitaciones dobles		
	Costos fijos anuales	Costos fijos mensuales
Servicios básicos	\$1.955,00	\$1.16
Salarios	\$31.276,92	\$15.00
Muebles y enseres	\$5.829,60	\$8.68
Permisos de funcionamiento	\$878,00	\$0,26
Insumos desayuno	\$2.123,52	\$6,00
Total	\$42.063,04	\$31,10
	Costos Variables trimestrales	Costos variables fijos mensuales
Insumos de bodega	\$410,43	\$0,48
Total, precio neto de producción	\$42.473,47	\$31.58
		Subtotal
Utilidad 35%		\$11.05
Comisión 10%		\$3.16
IVA 12%		\$3.79
Total		\$49,58

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 94

Cálculo del costo para una habitación triple

Habitaciones triples		
	Costos fijos anuales	Costos fijos mensuales
Servicios básicos	\$1.955,00	\$1,74
Salarios	\$31.276,92	\$25,00
Muebles y enseres	\$6.161,20	\$13,74
Permisos de funcionamiento	\$878,00	\$0,26
Insumos desayuno	\$3.185,28	\$9,00
Total	\$43.456,40	\$49,74
	Costos Variables trimestrales	Costos variables fijos mensuales
Insumos de bodega	\$410,43	\$0,72
Total, precio neto de producción	\$43.866,83	\$50,46
		Subtotal
Utilidad 35%		\$17,66
Comisión 10%		\$5,05
IVA 12%		\$6,06
Total		\$79,23

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

4.2 Canales de distribución

Como nos menciona Kotler (2013) "fabricar un producto o servicio y ponerlo a disposición de los compradores requiere de forjar relaciones no sólo con los clientes, sino también con los principales proveedores y distribuidores en la cadena de suministro de la empresa" (p.292). Para que en conjunto se cree un canal de distribución o marketing, que en base al mismo actor es " un conjunto de organizaciones interdependientes que ayudan a que un producto o servicio esté disponible para su uso o consumo por el consumidor o el usuario empresarial" (p.293).

Por lo antes mencionado es importante como empresa elegir bien a los proveedores de acuerdo a los insumos o materia prima que se requiera y establecer acuerdos sobre todo enfocado a la estabilidad en precios, para que no fluctúe mucho y no se vean afectadas las ventas por cambios de precio en el *lodge*. Y también elegir correctamente a los intermediarios sean mayoristas y minoristas con los que se va a trabajar conjuntamente, para tener un mayor alcance de clientes, considerando que dichos intermediarios ayudan a formar un vínculo importante entre la empresa y el cliente o también podría suceder lo contrario.

Es así que para la comercialización de los servicios del *lodge* se utilizará los siguientes canales de distribución:

4.2.1 Canal de distribución directo

Sachas Inclusive *Lodge* venderá sus servicios directamente al consumidor, ya sea por medio de llamada telefónica, redes sociales, reservación en la página web o directamente en el establecimiento. Esto debido a que el mercado objetivo es netamente local y según resultados de la investigación de mercado mayormente los turistas buscan información a través de las redes sociales, páginas web y el boca a boca.

Figura 87

Canal de distribución directo



Nota. Venta sin intermediarios.

4.2.2 Canal de distribución indirecto

En este caso Sachas Inclusive Lodge hace llegar sus servicios a los consumidores por medio de intermediarios como son agencias de viajes y operadores turísticos (Fam Trips). Este canal de distribución se utilizará en el lodge para tener un mayor alcance hacia nuevos clientes y para aquellos turistas que no utilizan los medios de información del canal de distribución directo.

Figura 88

Canal de distribución indirecto



Nota. Utiliza uno o más niveles de intermediarios.

Independiente del canal de distribución que se utilice, es muy importante que el lodge gestione, planifique y coordine todos los procesos productivos para garantizar un servicio de calidad y la percepción de los servicios adquiridos por el cliente resulten igual o mayor a sus expectativas.

4.3 Publicidad

La publicidad de Sachas Inclusive Lodge se basa en los resultados obtenidos en el estudio de mercado por medio de las encuestas que al menos un 45,1 % de las personas respondió que el principal medio por donde se informan o buscan alojamiento son las redes sociales tales como Instagram, Facebook, Tiktok, entre otras. Con lo antes mencionado se toma como punto de partida para generar estrategias de contenido en redes sociales que logren

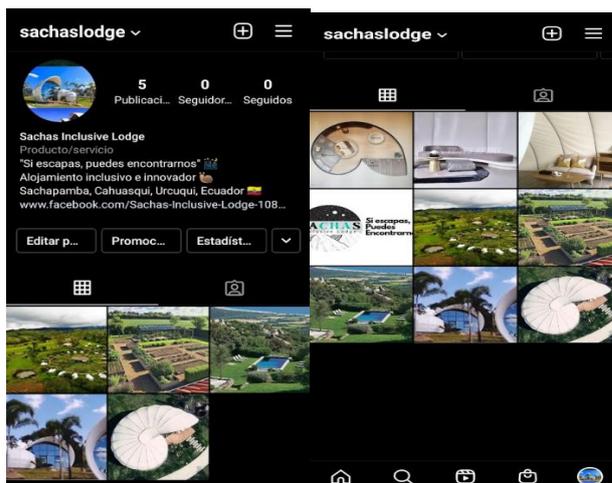
conectar con el cliente propicio de la era de la tecnología. También se aprovecharán los beneficios de cada una, ya que permiten realizar análisis de huella digital del consumidor, creación de contenido digital, sorteos, promociones, entre otros que permitirán fortalecer la identidad digital del establecimiento, lograr mayor número de seguidores, por lo tanto mayor visualización y alcance.

a.- Instagram

La red social Instagram se caracteriza por ser un espacio donde creadores de contenido y empresas comparten publicaciones sobre *life style*. La idea es conectar a Sachas Inclusive Lodge con seguidores que se cautiven con lo que ofrece la empresa y hacer que esta relación sea cada vez más cercana por medio de subir historias a diario, contando sobre el día a día que se vivirá en el establecimiento, así como publicaciones llamativas y profesionales en el *feed* de la página con descripciones que cuenten historias sobre lo que el seguidor observa. Además, Instagram cuenta con la sección de IGTV para compartir videos en vivo como conversatorios y a través del mismo responder preguntas e inquietudes de los seguidores.

Figura 89

Perfil de Instagram de Sachas inclusive Lodge



Nota. Perfil con descripción y publicaciones sobre el establecimiento.

b.- Tik tok

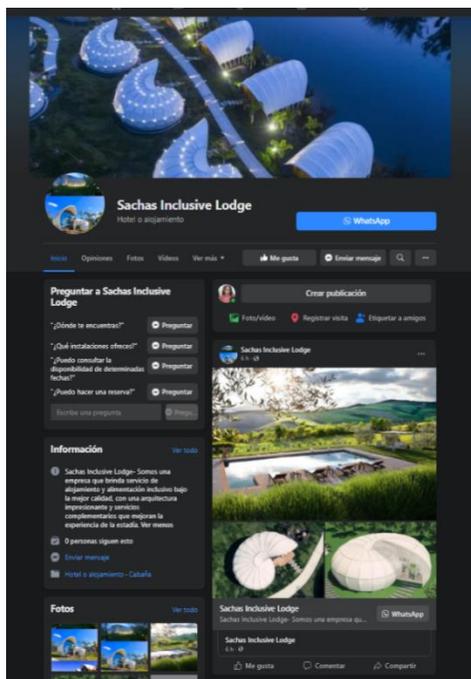
Considerando que esta plataforma es relativamente nueva ha tenido mucho protagonismo en jóvenes y adultos, será una estrategia del *lodge* para mostrar sus productos por medio de videos cortos y entretenidos tratando de transportar a los usuarios al establecimiento y observar sus instalaciones, compartir experiencias de otros turistas y hacer tendencias para llegar a mayores visualizaciones.

c.- Facebook

Esta plataforma beneficiará a la empresa ya que se asignará un presupuesto no muy alto, pero bastante efectivo para publicidad en Facebook, también ayuda a medir los resultados con datos concretos por campaña o por cualquier publicación que se realice dentro de la página, como observar la cantidad de visualizaciones, me gustas y por lo tanto poder deducir ciertas características del mercado. Así mismo cuenta con mensajes directos para que los usuarios puedan escribir a la empresa.

Figura 90

Perfil de Facebook de Sachas inclusive Lodge



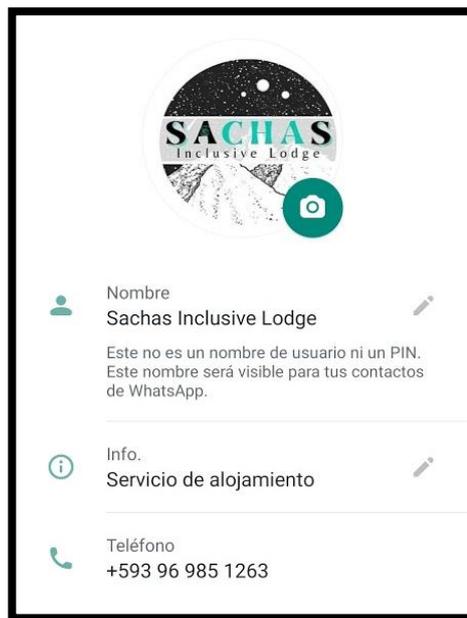
Nota. Perfil con descripción y publicaciones sobre el establecimiento.

d.- WhatsApp

El perfil de WhatsApp tiene muchos beneficios empresariales y la empresa lo utilizará para responder preguntas a los clientes sobre el establecimiento, reservas y proveedores. Además, el número registrado se encuentra como contacto directo en todas las redes sociales.

Figura 91

WhatsApp Sachas Inclusive Lodge



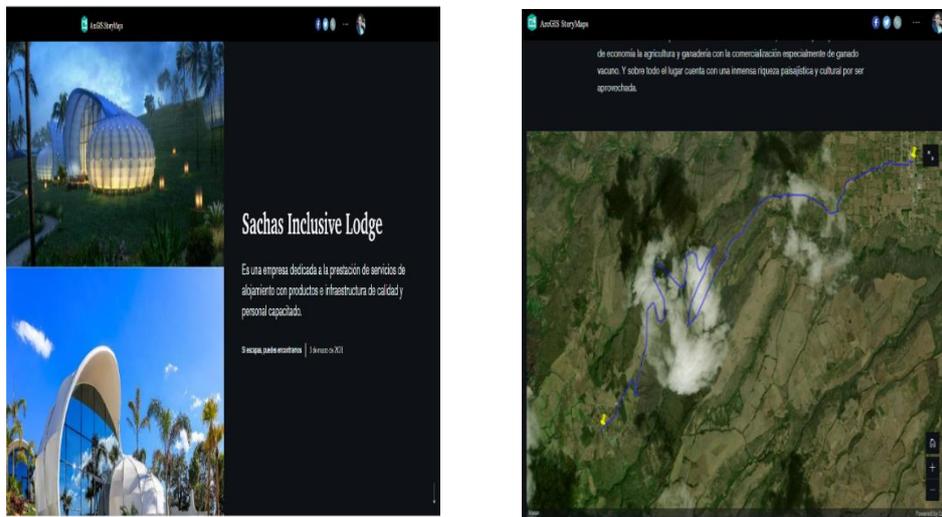
Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

e.- ArcGIS

ArcGIS contiene la herramienta *StoryMap* en la que se puede realizar publicaciones que son accesibles para todos desde un dispositivo móvil o una computadora. Será utilizada por la empresa para destacar información relevante sobre el *lodge*, de manera ordenada y educativa a través de información geográfica con mapas inteligentes fáciles de comprender, esto ayudará al cliente a conocer la ubicación exacta, características de los trayectos para llegar al sitio, mapas de la ubicación de algunos recursos e imágenes, integrando datos muy importantes para que el turista pueda planificar adecuadamente su viaje, tomar mejores decisiones y resolver problemas. El enlace para que puedan visitar el sitio web estará insertado en todas las redes sociales de la empresa.

Figura 92

Story Map sobre Sachas Inclusive Lodge



Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

4.3.1 Producto diferencial

Los *souvenirs* para turistas serán un punto característico de la empresa, ya que al contar con un huerto ecológico también se desea poder dar la experiencia al visitante para el cuidado de una planta e incrementar el vínculo con la naturaleza, estos obsequios serán principalmente de plantas medicinales o en algunos casos de orquídeas utilizando envases de vidrio, los cuales serán recolectados del mismo establecimiento y de esta manera darles un doble uso.

Figura 93

Souvenirs para turistas



Nota. Plantas del huerto ecológico para turistas que realicen su visita.

4.3.2 Material P.O.P

El *lodge* pondrá a disposición la venta de artículos que identifican al establecimiento, entre ellos camisetas, *popsocket*, gorras, mochilas, buff, entre otros. Todos estos artículos tendrán una ilustración que identifique al *lodge*, al ser utilizados por los visitantes la marca pueda ser más reconocida. Además, el valor añadido es que su material será realizado con un tipo de algodón orgánico con el objetivo de que en su proceso de creación no involucre la utilización de químicos y cuando estas prendas lleguen al final de su vida útil no afecten al medio ambiente.

Figura 94

Souvenirs de venta en el lodge



Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

4.3.3 Promociones

- Para grupos de amigos con más de 6 personas, la empresa otorgará gratuidad para una persona, misma que podrá disfrutar de la estadía junto a sus amigos en el establecimiento.
- Para parejas que visiten el *lodge* en San Valentín el 14 de febrero podrán disfrutar de una velada especialmente preparada por el establecimiento para este día.
- Para personas que cumplan años en los días que decidan visitar el establecimiento podrán disfrutar de una mañana de aventura hacia la cascada Condor Pacha para disfrutar de este atractivo con la compañía de un guía.
- Familias que visiten el *lodge* junto a personas con discapacidad física, embarazadas o personas de la tercera edad en Semana Santa tendrán un recorrido guiado por el huerto ecológico, ya que es uno de los servicios que cuenta con infraestructura accesible.

4.4 Ampliación posible de la gama de productos en el futuro

Los consumidores constantemente están en busca de innovación y nuevos productos, por ello, es importante seguir renovando y añadir nuevos servicios originales y atractivos para llegar a mayor grupo de personas y poder brindar más opciones al alcance de todos y mantenerlos motivados.

Es así que como metas a futuro se busca poder ampliar la oferta de servicios e implementar nuevas actividades, entre ellas tenemos: implementar un área con realidad aumentada para la proyección de los principales atractivos de la comunidad y las personas con discapacidad física sobre todo puedan vivir la experiencia de conocerlos y recorrer dichos lugares por medio de la tecnología. Otra de las actividades sería implementar el camping en los páramos de la comunidad y se puede incluir las cabalgatas y aviturismo para que puedan disfrutar de sus atractivos naturales y belleza paisajística.

Figura 95

Camping en los páramos de la comunidad: Laguna Yanacocha



Nota. Tomado de Facebook de Cóndor Trekking, 2020.

Además, existen servicios que pueden llegar a mejorar la experiencia dentro del *lodge*, uno de ellos es un SPA aromaterapia para combatir el estrés y llegar a ese punto máximo de relajación, mediante la ejecución de masajes tipo sueco, puesto que su técnica es especialmente relajante y energizante mediante la ejecución de movimientos vibratorios y percusivos. Para ambientar la sala de masajes también se hará uso de las plantas aromáticas y medicinales del propio huerto con el que cuenta el establecimiento mediante humidificadores, aceites y difusores. Para lograr una terapia que involucre la mayoría de los sentidos, además se pueden obtener beneficios como estimular la mente incluso ser antidepresivos.

Figura 96

Sala de masajes e implementos necesarios



Nota. Referencia para el spa aromaterapia. Tomado de Pinterest.

La actividad de agroturismo según las encuestas realizadas es de mucho interés al momento de hacer turismo, puesto que da apertura a nuevos conocimientos al momento de interactuar con las personas de la localidad que se dedican a las actividades productivas de agricultura, ganadería y avicultura. San Francisco de Sachapamba al ser una comunidad rural los habitantes practican estas actividades siendo su principal sustento económico. Para ampliar la actividad de agroturismo del *lodge* se tiene como objetivo a futuro planificar una alianza con los miembros de la comunidad, para que los turistas puedan desplazarse hasta sus lugares de producción o trabajo y hacer partícipes de los procedimientos y compartir conocimientos ancestrales de como acostumbran a realizar estas actividades.

Figura 97

Actividades de agroturismo con la comunidad



Nota. Actividad de agroturismo a implementar

Las ideas para ampliar los servicios se podrán realizar en la etapa más estable empresarialmente, debido a que será más accesible la incorporación de lo nuevo, sobre todo al contar con los recursos económicos necesarios para su implementación.

4.5 Investigación y análisis de las estrategias y métodos de mercadeo

En el *lodge* se utilizará estrategias basadas en el marketing 360⁰ u holístico, el cual no solo se utiliza las herramientas convencionales para dar a conocer, distribuir y posicionar el producto o servicio en el mercado objetivo, sino también utiliza las herramientas disponibles en el mundo actual, es decir, una

combinación de publicidad convencional, la interactiva y la on-line, para así lograr que las estrategias se conviertan en un modo de influenciar positivamente a los consumidores en la elección del servicio ofertado por el *lodge*.

Además, las estrategias se desarrollan en base a una herramienta muy práctica y útil como es el "marketing mix de servicios: las 7p's" que abarca los componentes: producto, precio, plaza, promoción, personas, procesos y *physical evidence* (presencia física), misma que es una adaptación de la herramienta para el marketing de productos desarrollada por Philip Kotler. Se la considera esencial para el *lodge* debido a que las tácticas a implementarse son controlables por la empresa, además al combinarlas se puede lograr una respuesta positiva por parte del cliente hacia el servicio a ofertarse y además tiene un enfoque holístico integrando a todos los elementos necesarios para crear una relación estrecha y de confianza con el cliente.

A continuación, se establecen las estrategias más adecuadas para la introducción del *lodge* en el mercado competitivo e incentivar al segmento de mercado objetivo al consumo de los servicios ofertados.

Tabla 95

Estrategias de marketing mix de servicios

Estrategia	Táctica/Actividad	7p's	Responsable
Creación de políticas de atención al cliente y evaluación de satisfacción.	Crear políticas de atención al cliente. Implementar un sistema de evaluación digital de satisfacción por parte del cliente.	Producto	Gerente-administrador Gerente-administrador

Mantener el contacto con el cliente desde que compra hasta el consumo de los servicios y productos.	Recibir al cliente desde su ingreso y asistirle en todo el proceso de compra.	Producto	Personal de servicio
	Asegurarse que las habitaciones y demás instalaciones se encuentren limpias, equipos funcionando y demás insumos necesarios para la estancia del visitante.		Personal de servicio
Establecer citas programadas con los proveedores para intercambio de ideas.	Hablar con los proveedores del <i>lodge</i> , para intercambio de ideas o sugerencias que ayuden a mejorar la calidad del servicio y experiencia del cliente.	Producto	Gerente-administrador
Venta directa de los servicios del <i>lodge</i> al mercado objetivo por medios de la página y redes sociales.	Brindar asistencia personalizada al cliente en todo momento.	Producto	Recepcionista
Readecuar o implementar nuevos espacios para diversificar las actividades del <i>lodge</i> .	Implementación de nuevas actividades y modalidades de turismo acorde a la razón social del <i>lodge</i> .	Producto	Gerente-administrador
	Establecer nuevos menús en el restaurante acorde a los requerimientos de los clientes.		Ventas y publicidad Chef de cocina

Fijar un precio de introducción del servicio en el segmento de mercado seleccionado.	Ofrecer descuentos entre el 5% y 10% del precio normal para motivar su consumo e introducirse en el segmento objetivo.	Precio	Gerente-administrador Ventas y publicidad
Invertir en investigación para mantener al <i>lodge</i> en un nivel igual o mejor que la competencia.	Vigilar de forma constante la variación de precios de venta de la competencia.	Precio	Ventas y publicidad
Establecer alianzas con los proveedores para estabilizar los precios de los insumos.	Llegar a acuerdos estables en el tiempo, por el suministro de materia prima e insumos que se proveerá al <i>lodge</i> .	Precio	Gerente-administrador Ventas y publicidad
Aplicar precios especiales en temporadas baja.	Realizar un análisis de la situación y verificar la posibilidad de reducir el precio en un 10-15%.	Precio	Ventas y publicidad
Fomentar la gestión de ventas del producto.	Colocar material impreso promocional en las tiendas de barrio, panaderías, restaurantes, buses, entre otros. Entregar material impreso promocional en las oficinas de turismo de los diferentes GADs cantonales de la provincia.	Plaza	Ventas y publicidad Ventas y publicidad
Crear alianzas estratégicas con	Organización de Fam Trips para firmar acuerdos de cooperación.	Plaza	Gerente-administrador

diferentes empresas que ofrecen servicios turísticos en el lugar.	Brindar promociones especiales de consumo a los dirigentes de las nuevas alianzas.		Ventas y publicidad
Crear alianzas estratégicas con páginas web de reserva.	Crear un sitio web con acceso a reservas y pago online.		Ventas y publicidad Gerente-administrador
	Registrar al <i>lodge</i> en la plataforma Booking.com.	Plaza	Ventas y publicidad
	Registrar al <i>lodge</i> en Trivago.		Ventas y publicidad
	Registrar al <i>lodge</i> en Airbnb.		Ventas y publicidad
Dar a conocer el producto y sus atributos de diferenciación.	Promoción mediante canales online y offline que se encuentran al alcance del establecimiento.		Ventas y publicidad
	Crear un video promocional para las redes sociales de la empresa.	Promoción	Ventas y publicidad
	Establecer convenios con youtubers e influencers ecuatorianos para la creación de contenido promocional para el <i>lodge</i> .		Ventas y publicidad Gerente-administrador
	Crear nuevo contenido cada mes y difundirlo a través de los		Ventas y publicidad

	medios de comunicación de la empresa.		
	Diseñar tarjetas de presentación personalizadas para todos los clientes.		Ventas y publicidad
	Establecer las políticas para poder acceder a las diferentes promociones.		Ventas y publicidad Gerente-administrador
Brindar promociones para fechas especiales y ocasiones especiales.	Realizar promociones para clientes frecuentes.	Promoción	Ventas y publicidad
	Establecer descuentos especiales para grupos.		Ventas y publicidad
	Ofrecer un souvenir al cliente por montos establecidos de consumo.		Ventas y publicidad Recepcionista
Participar en ferias y eventos locales, regionales y nacionales dando a conocer los servicios y productos.	Solicitar información a las autoridades competentes y planificar la participación	Promoción	Ventas y publicidad Gerente-administrador
	Realizar patrocinios para eventos sociales y culturales dentro del cantón y de la provincia.		Ventas y publicidad Gerente-administrador
	Realizar mesas de trabajo con el personal para el intercambio de	Personas	Gerente-administrador

	ideas para la mejora de la experiencia del visitante.		Ventas y publicidad
			Personal de servicio
Lograr una comunicación efectiva y eficiente con el cliente interno.	Realizar encuestas mensuales para conocer el nivel de satisfacción y empoderamiento que tienen los empleados con su trabajo.		Gerente-administrador
			Todo el personal
	Incentivar una comunicación honesta y abierta empezando desde la alta gerencia hasta los mandos operativos o viceversa.		Todo el personal
Mantener al personal motivado para que la atención al cliente sea personalizada, eficiente y cordial.	Establecer en un cronograma las capacitaciones y cursos online para trabajadores.		Gerente-administrador
	Establecer metas mensuales de venta, mismas que al cumplirse dar incentivos económicos al personal.	Personas	Gerente-administrador
	Programar actividades de convivencia entre el personal.		Gerente-administrador
			Ventas y publicidad
Implementar el programa del empleado del mes.	Gerente-administrador		
			Ventas y publicidad

	Establecer precios especiales para los clientes internos cuando hagan uso de los servicios junto a su familia.	Gerente-administrador
	Manejar un sistema digital de comunicación con el cliente interno y su calificación por parte del consumidor.	Gerente-administrador
	Publicar en las redes sociales del <i>lodge</i> información verídica y veraz con la actualización constante.	Ventas y publicidad
	Revisión y actualización constante de las plataformas digitales.	Ventas y publicidad
Invertir en investigación e innovación para una mejora continua.	Implementar un sistema contable mediante una alianza con Galasoft S.A.	Gerente-administrador Empresa privada
	Implementar un sistema de seguridad integral.	Gerente-administrador Empresa privada
	Digitalizar el sistema de control de asistencia del personal.	Gerente-administrador
	Implementar un sistema de gestión de calidad como es el Modelo Europeo para la Excelencia Empresarial (EFQM).	Gerente-administrador Ventas y publicidad

Procesos

	Implementar la venta de souvenirs con la marca de la empresa.		Ventas y publicidad
	Implementar un uniforme para todo el personal que ayude a fortalecer la imagen corporativa.		Ventas y publicidad
Dar a conocer el producto y sus atributos de diferenciación.	Mantener todas las instalaciones del <i>lodge</i> limpias y desinfectadas, al igual que sus equipos y demás componentes después de cada uso por los clientes.	Physical evidence	Personal de servicio
	Elaborar un listado con la vida útil de la maquinaria y equipos, para dar de baja y la debida adquisición de nuevos productos.		Encargados de cada área
	Obtener el reconocimiento de calidad turística "Q" otorgado por el Ministerio de Turismo.		Gerente-administrador Todo el personal

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Las estrategias antes mencionadas se implementarán desde el inicio del emprendimiento, de acuerdo como vaya progresando y tras los resultados de las autoevaluaciones con el modelo EFQM, se podrá seguir implementando nuevas estrategias o acciones que permitan al *lodge* garantizar su calidad, innovación y fácil adaptabilidad hacia el comportamiento cambiante de los consumidores y consigo su rentabilidad a corto, mediano y largo plazo.

CAPÍTULO V ESTUDIO AMBIENTAL

En el presente capítulo se realiza el estudio de impacto ambiental con el propósito de identificar las actividades que puedan generar impactos positivos y negativos en el medio ambiente del área de influencia donde se implementará el proyecto y con ello establecer las respectivas medidas de mitigación para disminuir sobre todo sus efectos negativos. Considerando que es de gran importancia aplicar esta herramienta para precautelar la calidad de los recursos naturales y culturales de la comunidad que se va a aprovechar y garantizar su disfrute para las futuras generaciones.

5.1 Descripción de las actividades del emprendimiento

A continuación, se detalla las actividades que se llevarán a cabo producto de la implementación y operación del *lodge*, pero además se considera acciones que se originarían en el caso de cierre o abandono del proyecto.

5.1.1 Fase de construcción

Tabla 96

Actividades en la fase de construcción

Actividad	Impactos		Descripción
	Positivo	Negativo	
Limpieza y despalme del área		<ul style="list-style-type: none">• Erosión del suelo• Eliminación de la cobertura vegetal• Emisión de ruido	Para iniciar con la etapa de construcción es necesario remover el material superficial del terreno como material de tierra vegetal, así como limpieza, desalojo de basura, escombros y restos arbustivos
Desmante del terreno		<ul style="list-style-type: none">• Emisión de ruido	Preparación en cuanto a la nivelación, rellenos,

	<ul style="list-style-type: none"> • Compactación 	<p>movimientos de tierra y extracción de raíces del suelo del área de construcción.</p>
Cercas provisionales	<ul style="list-style-type: none"> • Emisión de ruido • Emisión de material particulado • Vibraciones 	<p>Delimitar el área de construcción donde se encuentra el material y herramientas para protección del mismo de personas ajenas a la obra.</p>
Armado de estructuras, cimentación y cubierta	<ul style="list-style-type: none"> • Alteración de la calidad paisajística • Emisión de material particulado • Alteración de hábitats • Compactación del suelo • Alteración de patrones de drenaje • Emisión de ruido • Vibraciones • Alteración de la calidad del agua superficial 	<p>Realización de las bases, pilares, vigas, techos, carpinterías de las cabañas en forma de caracol y las distintas áreas del <i>lodge</i>.</p>

<p>Pisos, pavimentos, albañilería y acabados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Emisión de ruido • Emisión de material particulado • Emisión de gases • Emisión de olores 	<p>Colocación de materiales finales para protección, sellado e impermeabilización en el interior y exterior, además de cumplir una función estética y decorativa de la infraestructura.</p>
<p>Contratación de mano de obra</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo • Incremento tráfico vehicular • Diversificación de la economía. • Vinculación de la comunidad 	<p>Emisión de gases</p> <p>Para la construcción de la obra es necesario el apoyo de profesionales especializados como jefe de obra, arquitecto, albañiles, topógrafo, electricista.</p>
<p>Adecuación de senderos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Compactación del suelo • Alteración de patrones de drenaje • Pérdida de la capa orgánica • Emisión de ruido 	<p>Realización de los senderos adecuados con las medidas necesarias para interconexión entre las áreas del establecimiento.</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • Emisión de material particulado • Vibraciones 	
Instalaciones eléctricas y sanitarias		<ul style="list-style-type: none"> • Eliminación de la cobertura vegetal • Emisión de ruido • Vibraciones 	<p>Estas instalaciones permitirán mantener cada área con energía eléctrica o solar para el funcionamiento de los elementos que lo necesiten, también las instalaciones sanitarias que proveerán de agua potable dentro del <i>lodge</i> para aseo de los visitantes, preparación de alimentos y limpieza de insumos de habitaciones.</p>
Construcción de piscina		<ul style="list-style-type: none"> • Emisión de ruido • Vibraciones • Emisión de material particulado • Eliminación de la cobertura vegetal 	<p>La piscina será parte del área recreativa de tipo elevada de obra.</p>
Adecuación de áreas exteriores	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación 	<ul style="list-style-type: none"> • Emisión de material particulado 	<p>Adecuación de espacios verdes, jardines, zonas de descanso y</p>

de zonas verdes • Emisión de ruido de recreación, accesos, mirador y otras zonas de esparcimiento para el mejoramiento de la calidad de los espacios exteriores acorde al paisaje natural.

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

5.1.2 Fase de operación

Los componentes que tiene el *lodge* son: área de recepción, área de alimentos y bebidas, área de hospedaje, área de recreación, área de huerta ecológica, área de parqueadero, área de bodega y el área de lavandería. A continuación, se describe las actividades a desarrollarse en la fase de operación que pueden generar impactos:

Tabla 97

Actividades en la fase de operación

Actividad	Impacto		Descripción
	Positivo	Negativo	
Servicio de recepción	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo • Vinculación de la comunidad. • Mejoramiento de la calidad de vida. • Diversificación de las actividades económicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de desechos reciclables. 	Está a cargo del recibimiento, bienvenida, información, y designación de habitación a los clientes. Y también de la recepción de insumos y productos requeridos y solicitados para la operación del <i>lodge</i> desde el área de bodega.

	<ul style="list-style-type: none"> • Modificación del paisaje con infraestructura moderna. 	
Servicio de alimentación	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo • Vinculación de la comunidad. • Mejoramiento de la calidad de vida. • Diversificación de las actividades económicas. • Aprovechamiento de productos locales. • Modificación del paisaje con infraestructura moderna. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de ruido. • Generación de desechos orgánicos. • Alteración de la calidad del agua subterránea. • Generación de aguas residuales. • Emanación de olores. <p>El <i>lodge</i> cuenta con un menú general para inicio de actividades que cuenta con: desayunos, entradas, sopas, platos fuertes, postres, bebidas, menú vegetariano y vegano en base de productos orgánicos y locales.</p>
Servicio de alojamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo • Vinculación de la comunidad. • Mejoramiento de la calidad de vida. • Diversificación de las 	<ul style="list-style-type: none"> • Emanación de olores. • Alteración de la calidad del agua subterránea. • Generación de aguas residuales. <p>Para el servicio de hospedaje el <i>lodge</i> cuenta con diez cabañas: 2 simples, 4 dobles y 4 triples a disposición del cliente.</p>

	<p>actividades económicas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modificación del paisaje con infraestructura moderna. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de material particulado. • Generación de desechos inorgánicos. 	
Área de bodega		<ul style="list-style-type: none"> • Generación de desechos reciclables. 	<p>Almacenamiento de insumos, materiales y equipos del <i>lodge</i> y despacho de los mismos según lo requiera el personal.</p>
Servicio de lavandería	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo • Vinculación de la comunidad. • Mejoramiento de la calidad de vida. • Diversificación de las actividades económicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de desechos peligrosos: envases de productos químicos y biodegradables de limpieza. • Generación de aguas residuales. • Alteración de la calidad del agua subterránea. 	<p>Está disponible para la limpieza y planchado de mantelería del área de alimentación, uniformes, lencería de habitaciones y otros elementos que requieran de limpieza en el <i>lodge</i>. Y además está a disposición de clientes que requieran del servicio durante su estadía.</p>
Servicio de parqueadero		<ul style="list-style-type: none"> • Generación de ruido. • Generación de gases 	<p>El <i>lodge</i> cuenta con estacionamiento privado para clientes y personal de servicio.</p>

		contaminantes.	
		<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de material particulado. • Emanación de olores. • Perturbación de especies. • Vibraciones. • Alteración de patrones de drenaje. • Desgaste de infraestructura vial por el tráfico vehicular. 	
Área de recreación	<ul style="list-style-type: none"> • Reforestación de las áreas verdes. • Modificación del paisaje con infraestructura moderna. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de residuos. • Generación de ruido. • Presencia de material particulado. • Emisión de gases. • Generación de aguas residuales. 	El área cuenta con juegos para niños, áreas verdes, baño, piscina elevada de obra, mirador, área de convivencia y una cancha de mini fútbol, espacios que son de uso exclusivo para clientes.

		<ul style="list-style-type: none"> • Alteración de la calidad del agua subterránea. 	
Actividades agroturísticas	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo • Vinculación de la comunidad. • Mejoramiento de la calidad de vida. • Diversificación de las actividades económicas. • Aprovechamiento de productos locales. 		Realización de recorridos guiados por la huerta ecológica del <i>lodge</i> y demás cultivos (frutilla, habas, granadilla, otros) que se encuentran en el mismo predio.
Senderismo	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo • Vinculación de la comunidad. • Mejoramiento de la calidad de vida. • Diversificación de las actividades económicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Perturbación de las especies. 	Realización de recorridos guiados hacia los atractivos naturales más cercanos de la comunidad: Laguna Patococha, Cascada Cóndor Paccha y Nido de Cóndor.
Mantenimiento preventivo	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo 	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de residuos. 	Se realiza de forma periódica y permanente

y correctivo de equipos e instalaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Vinculación de la comunidad. • Mejoramiento de la calidad de vida. • Diversificación de las actividades económicas. • Manejo de residuos orgánicos e inorgánicos. • Modificación del paisaje con infraestructura moderna. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de ruido. • Presencia de material particulado. 	<p>con el propósito de mantener todos los espacios, áreas y equipos del <i>lodge</i> en óptimas condiciones para el uso respectivo por parte de los clientes y evitar daños, inconvenientes o accidentes futuros.</p>
Contratación de proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo • Vinculación de la comunidad. • Mejoramiento de la calidad de vida. • Aprovechamiento productos locales. • Diversificación de las actividades económicas. 	<p>Para el inicio de las actividades es necesario contar con acuerdos con proveedores para el abastecimiento de insumos y materia prima a el <i>lodge</i>, se priorizará la compra a productores locales.</p>	

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

5.1.3 Fase de cierre

En el caso del cierre de operaciones total o parcial de las instalaciones, las propietarias del *lodge* determinarán el destino de la zona ocupada y las medidas que se tomarán para ejecutar el abandono final del área.

Tabla 98

Actividades en la fase de cierre

Actividad	Impacto		Descripción
	Positivo	Negativo	
Cierre de operaciones		<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo. 	Verificar que la actividad se realice de la manera más conveniente de forma que proporcione una protección ambiental del área intervenida y la limpieza sea absoluta.
Retiro de equipos, materiales e insumos		<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de material particulado. • Generación de ruido. • Generación de residuos inorgánicos. 	Las opciones de uso y destino de los equipos materiales e insumos se establecerán de acuerdo a las necesidades al momento del cierre del <i>lodge</i> .
Desmantelamiento de estructuras		<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de material particulado. • Vibraciones. 	Se procederá a realizar una evaluación preliminar a fin de determinar si una parte o la totalidad de la

		<ul style="list-style-type: none"> • Incremento en infraestructura deberá la generación ser desmantelada. de ruido. • Incremento en la generación de desechos inorgánicos. 	
Retiro y disposición de todo tipo de desechos y materiales inertes	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de residuos 	<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de material particulado. • Generación de ruido. 	Verificar que los restos producidos sean trasladados al relleno sanitario del cantón o la escombrera autorizada por la comunidad.
Rehabilitación del área	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de zonas verdes 		Asegurarse de establecer acciones que ayuden a dejar el lugar intervenido en las mismas o mejores condiciones a las encontradas inicialmente.

Nota. Las actividades podrán verse modificadas de acuerdo a las circunstancias y vida útil del *lodge* en el momento del cierre. Elaborado por las autoras, 2021.

5.2 Factores ambientales para interrelacionar

Se procede a identificar los factores del medio ambiente susceptibles de ser afectados por las actividades mencionadas en el punto 5.1, para establecer los indicadores ambientales más apropiados que sean representativos y relevantes para su identificación y cuantificación. Asimismo, se establecen los posibles impactos a generarse por la realización de las actividades en la fase de construcción, operación y cierre del proyecto.

Tabla 99*Matriz de factores ambientales*

Factor	Componente	Impacto
Características físicas y químicas	Suelo	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de residuos • Vibraciones • Alteración de patrones de drenaje
	Agua	<ul style="list-style-type: none"> • Alteración calidad del agua subterránea • Alteración calidad del agua superficial • Generación de efluentes
	Atmósfera	<ul style="list-style-type: none"> • Emisiones de gases • Emisiones de ruido • Emisión de material particulado • Emanación de olores
	Procesos	<ul style="list-style-type: none"> • Erosión • Compactación
Condiciones biológicas	Flora	<ul style="list-style-type: none"> • Eliminación de la cobertura vegetal • Pérdida de la capa orgánica
	Fauna	<ul style="list-style-type: none"> • Alteración de hábitats • Perturbación de especies
Medio perceptual	Paisaje	<ul style="list-style-type: none"> • Alteración de la calidad paisajística
Factores económicos/culturales	Uso de tierra	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de zonas verdes
	<i>Lodge</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de nuevas fuentes de empleo
	Aspectos culturales	<ul style="list-style-type: none"> • Vinculación de la comunidad • Aprovechamiento de productos locales • Diversificación de la economía • Mejoramiento de la calidad de vida

Facilidades y actividades humanas	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de residuos • Incremento tráfico vehicular • Desgaste de infraestructura vial
-----------------------------------	--

Nota. Elaborado por las autoras en base a la matriz de Leopold, 2021.

5.3 Descripción del método a aplicar

Existen varias metodologías cualitativas y cuantitativas para la realización de una evaluación de impactos ambientales tales como: Conesa, Conesa Simplificada, Matriz de Leopold, Matriz de Grandes Presas, Sistema Batelle-Columbus, entre otros. Algunos son muy complejos y de gran extensión, pero también existen otros de fácil comprensión y realización. Por ello es importante elegir la metodología más apropiada acorde al tipo de proyecto a realizarse, las actividades que conlleva y sus impactos y el entorno a intervenir, con el objetivo de reducir la subjetividad al momento de la evaluación del impacto. Es así que se utilizará el método de Conesa simplificada.

5.3.1 Conesa simplificada

Según Conesa (1993), establece que:

La matriz de importancia es una herramienta fundamentalmente analítica, de investigación prospectiva de lo que puede ocurrir, por lo que la clarificación de todos los aspectos que lo definen y en definitiva de los impactos (interrelación acción del proyecto-factor del medio), es absolutamente necesaria. (p.54)

Es por ello que una vez identificadas las acciones y los factores del medio, la matriz de importancia o Conesa simplificada nos ayudará a determinar la importancia de cada impacto ambiental posible que puede resultar de la ejecución del proyecto en cada una de sus etapas o fases. Importancia del impacto que se determina o mide a través de su valoración sobre 11 criterios de manifestación cualitativa del efecto (carácter, intensidad, extensión, sinergia, persistencia, efecto, momento, acumulación, recuperabilidad, reversibilidad y periodicidad).

La valoración cualitativa se efectuará a partir de la matriz de impactos. Cada casilla de cruce en la matriz o elemento tipo, nos dará una idea del efecto de cada acción impactante sobre cada factor ambiental impactado. Y con la información obtenida aplicar durante la planificación, ejecución, operación y cierre del proyecto las medidas respectivas para su prevención o mitigación dependiendo del caso.

5.4 Escalas o rangos de valoración ambiental

Una vez identificados y descritos los impactos ambientales como resultado de las actividades a desarrollarse para la implementación del *lodge*, se procede a su valoración. Para realizar dicha valoración se empleará los siguientes criterios establecidos por Conesa (2010):

- **Carácter del impacto (CI):** se refiere al efecto beneficioso (+N) o perjudicial (-) de las diferentes acciones que van a incidir sobre los factores considerados.
- **Intensidad del impacto (I):** representa la cuantía o el grado de incidencia de la acción sobre el factor en el ámbito específico en que actúa, es decir, se refiere al grado de destrucción del factor ambiental.
- **Extensión del impacto (EX):** se refiere al área de influencia teórica del impacto en relación con el entorno del proyecto.
- **Sinergia (SI):** este criterio contempla el reforzamiento de dos o más efectos simples, pudiéndose generar efectos sucesivos y relacionados que acentúan las consecuencias del impacto analizado.
- **Persistencia (PE):** refleja el tiempo en que supuestamente permanecería el efecto desde su aparición.
- **Efecto (EF):** se interpreta como la forma de manifestación del efecto sobre un factor como consecuencia de una acción, o lo que es lo mismo, expresa la relación causa - efecto.

- **Momento del impacto (MO):** alude al tiempo que transcurre entre la acción y el comienzo del efecto sobre el factor ambiental.
- **Acumulación (AC):** este criterio o atributo da idea del incremento progresivo de la manifestación del efecto cuando persiste de forma continuada o reiterada la acción que lo genera.
- **Recuperabilidad (MC):** se refiere a la posibilidad de reconstrucción total o parcial del factor afectado como consecuencia del proyecto, es decir, la posibilidad de retornar a las condiciones iniciales previas a la actuación, por medio de la intervención humana con la introducción de medidas correctoras y restauradoras.
- **Reversibilidad (RV):** hace referencia al efecto en el que la alteración puede ser asimilada por el entorno (de forma medible a corto, mediano o largo plazo) debido al funcionamiento de los procesos naturales; es decir la posibilidad de retornar a las condiciones iniciales previas a la acción por medios naturales.
- **Periodicidad (PR):** se refiere a la regularidad de manifestación del efecto.

Tabla 100
Criterios de valoración

Criterio	Grado	Descripción	Valor
Carácter del impacto (CI)	Positivo	Cuando el resultado de la acción sobre el factor ambiental considerado produce una mejora de la calidad ambiental de este último.	(+)
	Negativo	Cuando el resultado de la acción produce una disminución de la calidad ambiental del factor ambiental considerado.	(-)
Intensidad del impacto (I)	Baja	Aquél cuyo efecto expresa una destrucción mínima del factor considerado.	1

	Media	Aquéllos cuyo efecto se manifiesta	2
	Alta	como una alteración del medio ambiente o de alguno de sus factores.	4
	Muy alta	Expresa una destrucción casi total del factor considerado en el caso en que se produzca el efecto.	8
	Total	En el caso de que la destrucción sea completa.	12
Extensión del impacto (EX)	Puntual	Efecto localizado.	1
	Parcial	Efecto con incidencia en parte del entorno del proyecto.	2
	Extenso	Efecto con incidencia en la mayor parte del entorno del proyecto.	4
	Total	Efecto con influencia generalizada en el entorno de proyecto.	8
	Crítico	Efecto con influencia generalizada en el entorno.	+4
Sinergia (SI)	No sinérgico	El impacto no se ve reforzado por la concurrencia de otras acciones de proyecto.	1
	Sinérgico	El impacto se ve moderadamente reforzado por la concurrencia de dos o más acciones del proyecto.	2
	Muy sinérgico	El impacto se ve altamente reforzado por la concurrencia de dos o más acciones de proyecto.	4
Persistencia (PE)	Fugaz (menos de 1 año)	El efecto desaparece en cuestión de días.	1
	Temporal (1 a 10 años)	Corto plazo: persiste unos meses; Largo plazo: persiste unos años (<10).	2

	Permanente (más de 10 años)	Persistencia superior a diez años.	4
Efecto (EF)	Directo o primario	La repercusión de la acción es consecuencia directa de ésta.	4
	Indirecto o secundario	La manifestación del efecto no es consecuencia directa de la acción.	1
Momento del impacto (MO)	Largo plazo	Tiempo es superior a cinco años.	1
	Mediano plazo	Tiempo está comprendido entre 1 y 5 años.	2
	Corto plazo	Tiempo es inferior a un año.	4
	Crítico	Tiempo aproximadamente igual a cero.	+4
Acumulación (AC)	Simple	La acción no produce efectos acumulativos.	1
	Acumulativo	La acción produce efectos acumulativos con otras acciones.	4
Recuperabilidad (MC)	Recuperable de inmediato	Efecto totalmente recuperable de forma inmediata.	1
	Recuperable a mediano plazo	Efecto totalmente recuperable a medio plazo.	2
	Mitigable	Efecto parcialmente recuperable o irrecuperable, pero con posibilidad de introducir medidas compensatorias.	4
	Irrecuperable	Alteración imposible de reparar tanto por la acción natural como por la humana.	8
Reversibilidad (RV)	Corto plazo	Reversible en cuestión de días o semanas.	1
	Mediano plazo	Reversible en cuestión de meses.	2
	Largo plazo	Reversible a largo plazo (en años, <10).	3

	Irreversible	Irreversible o reversible después de transcurridos diez años.	4
Periodicidad (PR)	Irregular	El efecto se manifiesta de forma impredecible en el tiempo (ofrecerá mayor o menor gravedad en función del periodo de recurrencia).	1
	Periódica	El efecto se manifiesta de forma cíclica o recurrente en el tiempo.	2
	Continuo	El efecto se manifiesta de forma continua en el tiempo.	4

Nota. Tomado de Conesa, 1997, como se citó en Sbarato, 2016.

La importancia del impacto (IM), se obtiene a partir de la siguiente valoración cuantitativa:

$$IM = \pm [3(I)+2(EX)+ SI +PE +EF +MO+ AC+MC + RV +PR]$$

Una vez obtenida la valoración cuantitativa, se establece que:

Si el IM es menor que 25 el Impacto es compatible.

Si el IM es mayor a 25 y menor a 50 es moderado.

Si el IM es mayor que 50 y menor que 75 es severo.

Si el IM es mayor que 75 es crítico.

Tabla 101

Valoración cuantitativa

Rango	Calificación	Significado
1-25	Compatible	Son generalmente puntuales, de baja intensidad, reversibles a corto plazo. La afectación del mismo es irrelevante en comparación con los fines y objetivos del proyecto en cuestión.
26-50	Moderado	Son impactos generalmente de intensidad media o alta, reversibles en el mediano plazo y recuperable en el mediano plazo. La afectación del mismo, no

		precisa prácticas correctoras o protectoras intensivas.
51-75	Severo	Son generalmente de intensidad alta o muy alta, persistentes en el mediano plazo. La afectación del mismo exige la recuperación de las condiciones del medio a través de medidas correctoras o protectoras, en un tiempo de recuperación prolongado.
76-100	Crítico	La afectación es superior al umbral aceptable. Son generalmente de intensidad muy alta o total, extensión local e irreversibles (> 10 años). Se produce una pérdida permanente de la calidad en las condiciones ambientales. Para su manejo se requieren medidas de control, prevención, mitigación y hasta compensación.

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 102
Representación cromática

Calificación	Representación cromática		Calificación
	Impacto negativo	Impacto positivo	
Compatible	Verde	Azul claro 60%	Bajo
Moderado	Amarillo	Azul claro 40%	Moderado
Severo	Naranja	Azul oscuro 25%	Significativo
Crítico	Rojo	Azul oscuro 50%	Alto

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

5.5 Interrelación entre las acciones y factores ambientales

Tabla 103
Identificación de impactos

FACTOR AMBIENTAL		ACTIVIDADES	FASE DE CONSTRUCCION										FASE DE OPERACIÓN										FASE DE CIERRE										
			Limpieza y despalme del área	Desmonte del terreno	Cercas provisionales	Armado de estructuras	Pisos, pavimentos, albañilería	Contratación de mano de obra	Adecuación de senderos	Instalaciones eléctricas y	Construcción de piscina	Áreas exteriores	Total positivos	Total negativos	Servicio de Recepción	Servicio de alimentación	Servicio de alojamiento	Área de bodega	Servicio de lavandería	Servicio de parqueadero	Área de recreación	Actividades agroturísticas	Senderismo	Mantenimiento equipo e	Contratación de proveedores	Total positivos	Total negativos	Cierre de operaciones	Retiro equipos, materiales	Desmantelamiento de	Retiro y deposición de	Rehabilitación del área	Total positivos
Características físicas y químicas	Suelo	Generación de residuos										0	0	X	X	X		X	X			X			-6		X	X				-2	
		Vibraciones			X	X			X	X	X	0	-5						X							-1			X				-1
		Alteraciones de patrones de drenaje				X			X			0	-2						X							-1							
	Agua	Afectación calidad del agua subterránea										0	0		X	X		X		X						-4							
		Afectación calidad del agua superficial				X						0	-1																				
	Atmosfera	Generación de efluentes										0	0		X	X		X		X						-4							
		Emisiones de gases					X	X				0	-2						X	X						-2							
		Emisión de ruido	X	X	X	X	X		X	X	X	0	-9	X					X	X				X		-4	X	X	X	X			-3
		Emisión de material particulado			X	X	X		X		X	0	-6		X				X	X				X		-4	X	X	X	X			-3
	Procesos	Emanación de olores					X					0	-1	X	X				X							-3							
Erosión		X									0	-1																					
Condiciones biológicas	Flora	Compactación		X		X			X		0	-3																					
		Eliminación de la cobertura vegetal	X						X	X		0	-3																				
	Fauna	Perdida de la capa orgánica						X			0	-1																					
Alteración de hábitats					X						0	-1																					
Medio perceptual	Paisaje	Perturbación de especies									0	0						X				X			-2								
		Alteración de la calidad paisajística				X						0	-1	X	X	X			X				X		+5								
Factores económicos	Uso de tierra	Implementación de zonas verdes								X	+1	0									X				+1					X		+1	
	Lodge	Generación de fuentes de empleo						X			+1	0	X	X	X		X				X	X	X	X	+8	X						+1	
		Vinculación con la comunidad						X				+1	0	X	X	X		X				X	X	X	X	+8							
	Aspectos culturales	Aprovechamiento de los productos locales										0	0		X							X			X	+3							
		Diversificación de la economía						X				+1	0	X	X	X		X				X	X	X	X	+8							
		Mejoramiento de la calidad de vida										0	0	X	X	X		X				X	X	X	X	+7							
	Facilidades y actividades humanas	Manejo de residuos										0	0				X							X		+2				X			+1
Incremento tráfico vehicular							X				+1	0																					
Desgaste de infraestructura vial											0	0						X															
Total positivos			0	0	0	0	+4	0	0	0	+1	+5		+5	+6	+5	+1	+4	0	+2	+5	+4	+6	+5	+43		+1	0	0	+1	+1	+3	
Total negativos		-3	-2	-3	-8	-4	-1	-6	-3	-4	-2		-36	-1	-5	-5	0	-3	-8	-6	0	-1	-3	0		-32	0	-3	-4	-2	0		-9

5.6 Aplicación del método y determinación de la importancia

5.6.1 Fase de construcción

Tabla 104

Construcción (Limpieza y despalme del área)

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
ETAPA DE CONSTRUCCIÓN														
Impactos			Actividades		1.- Limpieza y despalme del área									
					CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV
Características físicas y químicas	Atmósfera	Emisiones de ruido	-	2	2	4	1	4	4	1	2	2	2	-30
	Procesos	Erosión	-	4	1	2	2	4	4	4	4	4	2	-40
Condiciones biológicas	Flora	Eliminación de la cobertura vegetal	-	4	1	2	2	4	4	4	2	3	2	-37

Tabla 105

Construcción (Desmante del terreno)

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
ETAPA DE CONSTRUCCION														
Impactos			Actividades		2.- Desmante del terreno									
					CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV
Características físicas y químicas	Atmósfera	Emisiones de ruido	-	2	2	4	1	4	4	1	2	2	2	-30
	Procesos	Compactación	-	4	1	2	2	4	4	4	4	3	4	-41

Tabla 106

Construcción (Cercas provisionales)

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
ETAPA DE CONSTRUCCIÓN														
Impactos			Actividades		3.- Cercas provisionales									
					CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV
Características físicas y químicas	Suelo	Vibraciones	-	1	2	2	1	1	4	1	2	2	2	-22
	Atmósfera	Emisiones de ruido	-	2	2	4	1	4	4	1	2	2	2	-30
		Emisión de material particulado	-	1	2	2	1	4	4	1	2	2	2	-27

Tabla 107

Construcción (Armado de estructuras, cimentación y cubierta)

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
ETAPA DE CONSTRUCCIÓN														
Impactos			Actividades		4.- Armado de estructuras, cimentación y cubierta									
					CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV
Características físicas y químicas	Suelo	Vibraciones	-	2	2	2	1	1	4	1	2	2	2	-25
		Alteración de patrones de drenaje	-	4	1	4	2	4	4	4	4	3	4	-43
	Agua	Alteración calidad del agua superficial	-	4	2	4	2	4	4	4	4	3	2	-44
	Atmósfera	Emisiones de ruido	-	4	2	4	1	4	4	1	2	2	2	-36
		Emisión de material particulado	-	2	2	2	1	4	4	1	2	2	2	-28
Procesos	Compactación	-	4	1	2	1	4	4	4	4	3	4	-40	
Condiciones biológicas	Fauna	Alteración de hábitats	-	1	1	4	4	4	4	4	4	4	-37	
Medio perceptual	Paisaje	Alteración de la calidad paisajística	-	4	2	4	2	4	4	1	2	3	4	-40

Tabla 108

Construcción (Pisos, pavimentos, albañilería y acabados)

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
ETAPA DE CONSTRUCCIÓN														
Impactos			Actividades	5.- Pisos, pavimentos, albañilería y acabados										
				CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV	PR
Características físicas y químicas	Atmósfera	Emisiones de gases	-	2	2	2	1	4	4	1	2	2	2	-30
		Emisiones de ruido	-	4	2	4	1	4	4	1	2	2	2	-36
		Emisión de material particulado	-	2	2	2	1	4	4	1	2	2	2	-28
		Emisión de olores	-	2	2	2	1	4	4	1	2	2	2	-30

Tabla 109

Construcción (Contratación de mano de obra)

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
ETAPA DE CONSTRUCCIÓN														
Impactos			Actividades	6.- Contratación de mano de obra										
				CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV	PR
Características físicas y químicas	Atmósfera	Emisiones de gases	-	1	2	2	1	1	4	1	2	2	2	-22
Factores económicos/culturales	Lodge	Generación de nuevas fuentes de empleo	+	8	4	4	2	4	4	1	2	2	2	+53
	Aspectos culturales	Vinculación de la comunidad	+	4	2	2	2	4	4	1	2	2	2	+35
		Diversificación de la economía	+	4	2	4	2	1	4	1	2	2	2	+34
	Facilidades y actividades humanas	Incremento tráfico vehicular	+	2	4	4	2	1	4	4	2	2	2	+35

Tabla 110

Construcción (Adecuación de senderos)

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
ETAPA DE CONSTRUCCIÓN														
Impactos		Actividades	7.- Adecuación de senderos											
			CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV	PR	IMPORTANCIA
Características físicas y químicas	Suelo	Vibraciones	-	2	2	2	1	1	4	1	2	2	2	-25
		Alteración de patrones de drenaje	-	2	1	4	2	4	4	4	4	3	4	-37
	Atmósfera	Emisiones de ruido	-	4	2	2	1	4	4	1	2	2	2	-36
		Emisión de material particulado	-	2	2	2	1	4	4	1	2	2	2	-28
	Procesos	Compactación	-	4	1	1	2	4	4	4	4	3	4	-41
Condiciones biológicas	Flora	Pérdida de la capa orgánica	-	4	1	2	2	4	4	1	2	3	2	-34

Tabla 111

Construcción (Instalaciones eléctricas y sanitarias)

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
ETAPA DE CONSTRUCCIÓN														
Impactos		Actividades	8.- Instalaciones eléctricas y sanitarias											
			CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV	PR	IMPORTANCIA
Características físicas y químicas	Suelo	Vibraciones	-	2	2	2	1	4	4	1	2	2	2	-34
	Atmósfera	Emisiones de ruido	-	4	2	4	1	4	4	1	2	2	2	-38
Condiciones biológicas	Flora	Eliminación de la cobertura vegetal	-	2	1	2	2	4	4	1	2	2	2	-27

Tabla 112*Construcción (Construcción de piscina)*

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
ETAPA DE CONSTRUCCIÓN														
Impactos	Actividades		9.- Construcción de piscina											IMPORTANCIA
			CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV	PR	
Características físicas y químicas	Suelo	Vibraciones	-	2	2	2	1	1	4	1	2	2	2	-31
	Atmósfera	Emisiones de ruido	-	4	2	4	1	4	4	1	2	2	2	-36
		Emisión de material particulado	-	4	2	2	1	4	4	1	2	2	2	-34
Condiciones biológicas	Flora	Eliminación de la cobertura vegetal	-	4	1	2	2	4	4	1	2	3	2	-34

Tabla 113*Construcción (Adecuación de áreas exteriores)*

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
ETAPA DE CONSTRUCCIÓN														
Impactos	Actividades		10.- Adecuación de áreas exteriores											IMPORTANCIA
			CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV	PR	
Características físicas y químicas	Atmósfera	Emisiones de ruido	-	2	2	4	1	4	4	1	2	2	2	-30
		Emisión de material particulado	-	4	2	2	1	4	4	1	2	2	2	-34
Factores económicos/ Culturales	Uso de tierra	Implementación de zonas verdes	+	8	1	1	4	4	4	4	2	2	2	+49

Tabla 114

Matriz cromática resumen fase de construcción

IMPACTOS			FASE DE CONSTRUCCIÓN										
			ACTIVIDADES										
			Limpeza y despalme del área	Desmonte del terreno	Cercas provisionales	Armado de estructuras	Pisos, pavimentos, albañilería	Contratación de mano de obra	Adecuación de senderos	Instalaciones eléctricas y sanitarias	Construcción de piscina	Áreas exteriores	
Características físicas y químicas	Suelo	Vibraciones			-22	-25			-25	-34	-31		
		Alteraciones de patrones de drenaje				-43			-37				
	Agua	Afectación calidad del agua superficial				-44							
	Atmosfera	Emisiones de gases					-30	-22					
		Emisión de ruido	-30	-30	-30	-36	-36		-36	-38	-36	-30	
		Emisión de material particulado			-27	-28	-28		-28		-34	-34	
	Procesos	Emanación de olores					-30						
Erosión		-40											
Compactación			-41		-40			-41					
	Flora	Eliminación de la cobertura vegetal	-37							-27	-34		
Condiciones biológicas	Fauna	Perdida de la capa orgánica						-34					
		Alteración de hábitats				-37							
Medio perceptual	Paisaje	Alteración de la calidad paisajística				-40							
Factores económicos	Uso de tierra	Implementación de zonas verdes										+49	
	Lodge	Generación de fuentes de empleo						+53					
		Vinculación con la comunidad							+35				
	Aspectos culturales	Diversificación de la economía							+34				
Incremento tráfico vehicular								+35					

5.6.2 Fase de operación

Tabla 115

Operación (Servicio de recepción)

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
ETAPA DE OPERACIÓN														
Impactos		Actividades	1.- Servicio de recepción											
			CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV	PR	IMPORTANCIA
Características físicas y químicas	Suelo	Generación de residuos	-	1	1	1	2	4	4	1	2	2	2	-23
		Alteración de la calidad paisajística	+	4	2	1	4	1	4	1	4	3	1	+35
Factores económicos/culturales	Lodge	Generación de nuevas fuentes de empleo	+	2	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+42
	Aspectos culturales	Vinculación de la comunidad	+	2	4	1	4	4	4	1	2	2	2	+34
		Diversificación de la economía	+	2	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+42
		Mejoramiento de la calidad de vida	+	2	4	2	4	4	2	4	2	2	4	+38

Tabla 116

Operación (Servicio de alimentación)

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
ETAPA DE OPERACIÓN														
Impactos		Actividades	2.- Servicio de alimentación											
			CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV	PR	IMPORTANCIA
Características físicas y químicas	Suelo	Generación de residuos	-	2	1	1	4	4	4	1	2	2	2	-28
		Alteración calidad del agua subterránea	-	2	8	2	4	1	2	4	4	3	2	-44
	Atmósfera	Generación de efluentes	-	2	8	1	4	4	4	1	2	2	2	-42
		Emisiones de ruidos	-	2	1	1	4	4	4	1	2	2	2	-28
Medio perceptual	Paisaje	Emisión de olores	-	2	1	1	4	4	4	1	2	2	2	-28
		Alteración de la calidad paisajística	+	4	2	1	4	1	4	1	4	3	1	+35
Factores económicos/culturales	Lodge	Generación de nuevas fuentes de empleo	+	4	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+48
	Aspectos culturales	Vinculación de la comunidad	+	8	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+60
		Aprovechamiento de productos locales	+	8	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+60
		Diversificación de la economía	+	8	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+60
		Mejoramiento de la calidad de vida	+	4	8	2	4	4	2	4	2	2	4	+52

Tabla 117

Operación (Servicio de alojamiento)

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
ETAPA DE OPERACIÓN														
Impactos		Actividades		3.- Servicio de alojamiento										
				CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV	PR
Características físicas y químicas	Suelo	Generación de residuos	-	2	1	1	4	4	4	1	2	2	2	-28
	Agua	Alteración calidad del agua subterránea	-	4	2	2	4	1	2	4	4	3	2	-38
		Generación de efluentes	-	4	1	1	4	4	4	1	2	2	2	-34
	Atmósfera	Emisión de material particulado	-	2	2	1	4	4	4	1	2	2	2	-30
		Emisión de olores	-	1	2	1	4	4	4	1	2	2	2	-27
Medio perceptual	Paisaje	Alteración de la calidad paisajística	+	4	2	1	4	1	4	1	4	3	1	+35
Factores económicos/culturales	Lodge	Generación de nuevas fuentes de empleo	+	4	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+48
	Aspectos culturales	Vinculación de la comunidad	+	4	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+48
		Diversificación de la economía	+	4	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+48
		Mejoramiento de la calidad de vida	+	4	8	2	4	4	2	4	2	2	4	+52

Tabla 118

Operación (Área de bodega)

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
ETAPA DE OPERACIÓN														
Impactos		Actividades		4.- Área de bodega										
				CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV	PR
Características físicas y químicas	Suelo	Generación de residuos	-	1	1	1	2	4	4	1	2	2	2	-23

Tabla 119

Operación (Servicio de lavandería)

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
ETAPA DE OPERACIÓN														
Impactos		Actividades		5.- Servicio de lavandería										
				CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV	PR
Características físicas y químicas	Suelo	Generación de residuos	-	2	1	1	2	4	4	1	2	2	2	-26
	Agua	Afectación calidad del agua subterránea	-	1	2	2	2	1	2	4	4	3	2	-27
		Generación de efluentes	-	2	1	1	2	4	4	1	2	2	2	-26
Factores económicos/culturales	Lodge	Generación de nuevas fuentes de empleo	+	4	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+48
	Aspectos culturales	Vinculación de la comunidad	+	2	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+42
		Diversificación de la economía	+	2	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+42
		Mejoramiento de la calidad de vida	+	2	8	2	4	4	2	4	2	2	4	+46

Tabla 120

Operación (Servicio de parqueadero)

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
ETAPA DE OPERACIÓN														
Impactos		Actividades		6.- Servicio de parqueadero										
				CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV	PR
Características físicas y químicas	Suelo	Vibraciones	-	2	2	1	4	4	4	1	2	2	2	-30
		Alteración de patrones de drenaje	-	2	2	2	4	1	2	4	4	3	2	-32
	Atmósfera	Emisiones de gases	-	4	2	1	4	4	4	1	2	2	2	-36
		Emisiones de ruido	-	4	2	1	4	4	4	1	2	2	2	-36
		Emisión de material particulado	-	4	2	1	4	4	4	1	2	2	2	-36
		Emisión de olores	-	2	2	1	4	4	4	1	2	2	2	-30
Condiciones biológicas	Fauna	Perturbación de especies	-	1	2	1	1	1	4	1	2	2	-21	
Factores económicos/culturales	Facilidades y actividades humanas	Incremento tráfico vehicular	-	2	4	1	2	4	4	1	2	2	2	-32
		Desgaste de infraestructura vial	-	2	4	2	4	1	2	4	2	2	4	-35

Tabla 121

Operación (Área de recreación)

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
ETAPA DE OPERACIÓN														
Impactos		Actividades		7.- Área de recreación										
				CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV	PR
Características físicas y químicas	Suelo	Generación de residuos	-	1	1	1	2	4	4	1	2	2	2	-23
	Agua	Afectación calidad del agua subterránea	-	2	2	2	2	1	2	4	4	3	2	-30
		Generación de efluentes	-	2	1	1	2	4	4	1	2	2	2	-36
	Atmósfera	Emisiones de gases	-	2	2	1	2	4	4	1	2	2	2	-28
		Emisiones de ruido	-	2	2	1	2	4	4	1	2	2	2	-28
		Emisión de material particulado	-	2	2	1	2	4	4	1	2	2	2	-28
Medio perceptual	Paisaje	Alteración de la calidad paisajística	+	4	2	1	4	1	4	1	4	3	1	+35
Factores económicos/culturales	Uso de tierra	Implementación de zonas verdes	+	4	8	1	2	4	4	1	2	2	2	+46

Tabla 122

Operación (Actividades agroturísticas)

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
ETAPA DE OPERACIÓN														
Impactos		Actividades		8.- Actividades agroturísticas										
				CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV	PR
Factores económicos/culturales	Lodge	Generación de nuevas fuentes de empleo	+	4	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+48
	Aspectos culturales	Vinculación de la comunidad	+	8	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+60
		Aprovechamiento de productos locales	+	4	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+48
		Diversificación de la economía	+	4	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+48
		Mejoramiento de la calidad de vida	+	4	8	2	4	4	2	4	2	2	4	+52

Tabla 123
Operación (Senderismo)

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
ETAPA DE OPERACIÓN														
Impactos			Actividades		9.- Senderismo									
					CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV
Condiciones biológicas	Fauna	Perturbación de especies	-	1	8	1	2	4	4	1	2	2	2	-37
	Lodge	Generación de nuevas fuentes de empleo	+	4	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+48
Factores económicos/culturales	Aspectos culturales	Vinculación de la comunidad	+	8	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+60
		Diversificación de la economía	+	4	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+48
		Mejoramiento de la calidad de vida	+	4	8	2	4	4	2	4	2	2	4	+52

Tabla 124
Operación (Mantenimiento preventivo y correctivo de equipos e instalaciones)

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
ETAPA DE OPERACIÓN														
Impactos			Actividades		10.- Mantenimiento preventivo y correctivo de equipos e instalaciones									
					CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV
Características físicas y químicas	Suelo	Generación de residuos	-	1	1	1	2	4	4	1	2	2	2	-23
	Atmósfera	Emisiones de ruido	-	2	2	1	2	4	4	1	2	2	2	-28
		Emisión de material particulado	-	2	2	1	2	4	4	1	2	2	2	-28
Medio perceptual	Paisaje	Alteración de la calidad paisajística	+	4	2	1	4	1	4	1	4	2	1	+34
Factores económicos/culturales	Lodge	Generación de nuevas fuentes de empleo	+	4	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+48
	Aspectos culturales	Vinculación de la comunidad	+	2	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+42
		Diversificación de la economía	+	4	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+48
		Mejoramiento de la calidad de vida	+	4	8	2	4	4	2	4	2	2	4	+52
	Facilidades y actividades humanas	Manejo de residuos	+	8	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+60

Tabla 125

Operación (Contratación de proveedores)

MATRIZ DE IMPORTANCIA														
ETAPA DE OPERACIÓN														
		Actividades	11.- Contratación de proveedores											
Impactos			CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV	PR	IMPORTANCIA
Factores económicos/culturales	Lodge	Generación de nuevas fuentes de empleo	+	4	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+48
	Aspectos culturales	Vinculación de la comunidad	+	8	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+60
		Aprovechamiento de productos locales	+	8	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+60
		Diversificación de la economía	+	4	8	1	4	4	4	1	2	2	2	+48
		Mejoramiento de la calidad de vida	+	4	8	2	4	4	2	4	2	2	4	+52

Tabla 126

Matriz cromática resumen fase de operación

IMPACTOS			FASE DE OPERACIÓN									
			ACTIVIDADES									
			Servicio de recepción	Servicio de alimentación	Servicio de alojamiento	Área de bodega	Servicio de lavandería	Servicio de parqueadero	Área de recreación	Actividades agroturísticas	Senderismo	Mantenimiento preventivo y correctivo de equipos e instalaciones
Características físicas y químicas	Suelo	Generación de residuos	-23	-28	-28	-23	-26	-23			-23	
		Vibraciones					-30					
		Alteración de patrones de drenaje					-32					
	Agua	Afectación calidad del agua subterránea		-44	-38		-27		-30			
		Generación de efluentes		-42	-34		-26		-26			
	Atmósfera	Emisiones de gases					-36	-28				
		Emisiones de ruido		-28			-36	-28			-28	
		Emisión de material particulado			-30		-36	-28			-28	
		Emisión de olores		-28	-27		-30					
	Condiciones biológicas	Fauna					-21			-37		
Medio perceptual	Paisaje	Alteración de la calidad paisajística	+35	+35	+35			+35		+34		
Factores económicos/culturales	Uso de tierra	Implementación de zonas verdes						+46				
	Lodge	Generación de nuevas fuentes de empleo	+42	+48	+48		+48		+48	+48	+48	+48
	Aspectos culturales	Vinculación de la comunidad	+34	+60	+48		+42		+60	+60	+42	+60
		Aprovechamiento de productos locales		+60					+48			+60
		Diversificación de la economía	+42	+60	+48		+42		+48	+48	+48	+48
		Mejoramiento de la calidad de vida	+38	+52	+52		+46		+52	+52	+52	+52
	Facilidades y actividades humanas	Manejo de residuos									+60	
		Incremento tráfico vehicular						-32				
Desgaste de infraestructura vial							-35					

5.6.3 Fase de cierre

Tabla 127

Cierre (Cierre de operaciones)

MATRIZ DE IMPORTANCIA															
ETAPA DE CIERRE															
Impactos			Actividades	1.- Cierre de operaciones											
				CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV	PR	IMPORTANCIA
Factores económicos/culturales		Lodge	Generación de nuevas fuentes de empleo	-	8	8	1	1	4	4	1	2	2	1	-56

Tabla 128

Cierre (Retiro de equipos, materiales e insumos)

MATRIZ DE IMPORTANCIA															
ETAPA DE CIERRE															
Impactos			Actividades	2.- Retiro de equipos, materiales e insumos											
				CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV	PR	IMPORTANCIA
Características físicas y químicas	Suelo		Generación de residuos	-	2	1	1	1	4	4	1	2	2	1	-24
	Atmósfera		Emisiones de ruido	-	1	2	1	1	4	4	1	2	2	1	-23
			Emisión de material particulado	-	1	2	1	1	4	4	1	2	2	1	-23

Tabla 129

Cierre (Desmantelamiento de estructuras)

MATRIZ DE IMPORTANCIA															
ETAPA DE CIERRE															
Impactos			Actividades	3.- Desmantelamiento de estructuras											
				CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV	PR	IMPORTANCIA
Características físicas y químicas	Suelo		Generación de residuos	-	8	1	1	1	4	4	1	2	2	1	-42
			Vibraciones	-	4	2	1	1	4	4	1	2	2	1	-32
	Atmósfera		Emisiones de ruido	-	8	2	1	1	4	4	1	2	2	1	-44
			Emisión de material particulado	-	4	2	1	1	4	4	1	2	2	1	-32

Tabla 130

Cierre (Retiro y disposición de todo tipo de desechos y materiales inertes)

MATRIZ DE IMPORTANCIA															
ETAPA DE CIERRE															
Impactos			Actividades	4.- Retiro y disposición de todo tipo de desechos y materiales inertes											
				CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV	PR	IMPORTANCIA
Características físicas y químicas	Atmósfera	Emisiones de ruido		-	2	2	1	1	4	4	1	2	2	1	-26
		Emisión de material particulado		-	2	2	1	1	4	4	1	2	2	1	-26
Factores económicos/culturales	Facilidades y actividades humanas	Manejo de residuos		+	8	8	1	1	4	4	1	2	2	1	+56

Tabla 131

Cierre (Rehabilitación del área)

MATRIZ DE IMPORTANCIA															
ETAPA DE CIERRE															
Impactos			Actividades	5.- Rehabilitación del área											
				CI	I	EX	SI	PE	EF	MO	AC	MC	RV	PR	IMPORTANCIA
Factores económicos/culturales	Uso de tierra	Implementación de zonas verdes		+	8	1	1	4	4	4	1	2	2	1	+45

Tabla 132

Matriz cromática resumen fase de cierre

FASE DE CIERRE							
IMPACTOS			ACTIVIDADES				
			Cierre de operaciones	Retiro de equipos, materiales e insumos	Desmantelamiento de estructuras	Retiro y disposición de todo tipo de desechos y materiales inertes	Rehabilitación del área
Características físicas y químicas	Suelo	Generación de residuos		-24	-42		
		Vibraciones			-32		
	Atmósfera	Emisiones de ruido		-23	-44	-26	
		Emisión de material particulado		-23	-32	-26	
Factores económicos/culturales	Uso de tierra	Implementación de zonas verdes					+45
	Lodge	Generación de nuevas fuentes de empleo	-56				
	Facilidades y actividades humanas	Manejo de residuos				+56	

5.6.4 Resultados

A continuación se detalla la cuantificación de la importancia de los impactos que se considera por cada fase en el proyecto, su valoración por componente y un total absoluto por la suma de todos los impactos producidos por las actividades en cada fase.

Tabla 133

Resultados fase de construcción

RESULTADOS FASE DE CONSTRUCCIÓN																
IMPACTOS			ACTIVIDADES										Importancia total	Total componente	Total factor ambiental	SUMA TOTAL
			Limpieza y despalme del área	Desmonte del terreno	Cercas provisionales	Armado de estructuras	Pisos, pavimentos, albañilería	Contratación de mano de obra	Adecuación de senderos	Instalaciones eléctricas y sanitarias	Construcción de piscina	Áreas exteriores				
Características físicas y químicas	Suelo	Vibraciones			-22	-25			-25	-34	-31		-137	-217	-986	-989
		Alteraciones de patrones de drenaje				-43			-37				-80			
	Agua	Afectación calidad del agua superficial				-44							-44	-44		
		Atmosfera	Emisiones de gases					-30	-22					-52		
	Emisión de ruido		-30	-30	-30	-36	-36		-36	-38	-36	-30	-302			
	Emisión de material particulado					-27	-28	-28		-28		-34	-34	-179		
	Procesos	Emanación de olores											-30	-162		
Erosión		-40										-40				
Compactación												-122	-132			
			-41		-40				-41							
Condiciones biológicas	Flora	Eliminación de la cobertura vegetal	-37							-27	-34		-98	-132	-169	
		Perdida de la capa orgánica							-34				-34			
Fauna		Alteración de hábitats				-37							-37	-37		
							-40						-40	-40		
Medio perceptual	Paisaje	Alteración de la calidad paisajística											-40	-40		
Factores económicos	Uso de tierra	Implementación de zonas verdes										+49	+49	+49	+206	
	Lodge	Generación de fuentes de empleo						+53					+53	+53		
	Aspectos culturales	Vinculación con la comunidad							+35					+35		+104
		Diversificación de la economía							+34					+34		
		Incremento tráfico vehicular							+35					+35		

Tabla 134
Resultados fase de operación

IMPACTOS			RESULTADOS FASE DE OPERACIÓN											Importancia total	Total componente	Total factor ambiental	SUMA TOTAL
			ACTIVIDADES														
			Servicio de recepción	Servicio de alimentación	Servicio de alojamiento	Área de bodega	Servicio de lavandería	Servicio de parqueadero	Área de recreación	Actividades agroturísticas	Senderismo	Mantenimiento preventivo y	Contratación de proveedores				
Características físicas y químicas	Suelo	Generación de residuos	-23	-28	-28	-23	-26		-23			-23		-174	-236	-894	+993
		Vibraciones						-30						-30			
		Alteración de patrones de drenaje						-32						-32			
	Agua	Afectación calidad del agua subterránea		-44	-38		-27		-30					-139	-267		
		Generación de efluentes		-42	-34		-26		-26					-128			
	Atmósfera	Emisiones de gases						-36	-28					-64	-391		
		Emisiones de ruido		-28				-36	-28			-28		-120			
		Emisión de material particulado			-30			-36	-28			-28		-122			
		Emisión de olores		-28	-27			-30						-85			
Condiciones biológicas	Fauna	Perturbación de especies					-21			-37			-58	-58	-58		
Medio perceptual	Paisaje	Alteración de la calidad paisajística	+35	+35	+35				+35		+34		+174	+174	+174		
Factores económicos/culturales	Uso de tierra	Implementación de zonas verdes							+46				+46	+46	+1771		
	Lodge	Generación de nuevas fuentes de empleo	+42	+48	+48		+48			+48	+48	+48	+48	+378			
	Aspectos culturales	Vinculación de la comunidad	+34	+60	+48		+42			+60	+60	+42	+60	+406			
		Aprovechamiento de productos locales		+60						+48			+60	+168			
		Diversificación de la economía	+42	+60	+48		+42			+48	+48	+48	+48	+384			
		Mejoramiento de la calidad de vida	+38	+52	+52		+46			+52	+52	+52	+52	+396			
	Facilidades y actividades humanas	Manejo de residuos										+60		+60		-7	
Incremento tráfico vehicular								-32					-32				
Desgaste de infraestructura vial								-35					-35				

Tabla 135

Resultados fase de cierre

RESULTADOS FASE DE CIERRE										
IMPACTOS			ACTIVIDADES							
			Cierre de operaciones	Retiro de equipos, materiales e insumos	Desmantelamiento de estructuras	Retiro y disposición de todo tipo de desechos y materiales inertes	Rehabilitación del área	Importancia total	Total componente	Total factor ambiental
Características físicas y químicas	Suelo	Generación de residuos		-24	-42			-66	-98	-272
		Vibraciones			-32			-32		
	Atmósfera	Emisiones de ruido		-23	-44	-26		-93	-174	
		Emisión de material particulado		-23	-32	-26		-81		
Factores económicos/ culturales	Uso de tierra	Implementación de zonas verdes					+45	+45	+45	-227
	Lodge	Generación de nuevas fuentes de empleo	-56					-56	-56	
	Facilidades y actividades humanas	Manejo de residuos				+56		+56	+56	

Para la aplicación cromática en la columna de importancia total de cada tabla se realizó una división entre el valor de importancia total obtenido de cada impacto y el número de actividades que generan dicho impacto en toda la fase y el resultado indica el rango y la calificación respectiva al que corresponde en base el método aplicado.

5.7 Jerarquización de los impactos ambientales según la evaluación

Para la jerarquización de los impactos se tomó en cuenta los valores obtenidos en la matriz de resultados de cada una de las fases tanto de construcción, operación y cierre, esta misma jerarquización se encuentra representada en un gráfico de barras, en el cual se puede interpretar la diferencia entre los impactos positivos y negativos de mayor y menor importancia en la creación del *lodge*.

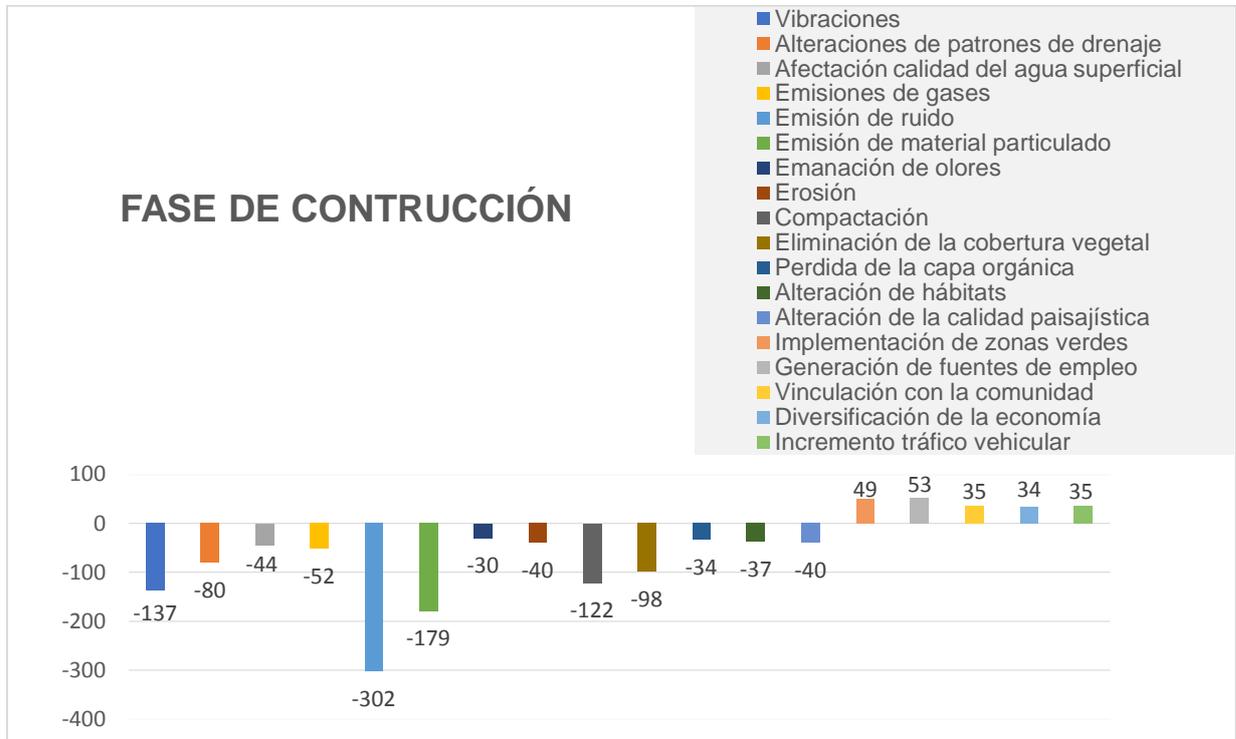
Tabla 136

Impactos negativos y positivos en la fase de construcción

FASE DE CONSTRUCCIÓN		
Factor ambiental	Impactos positivos	Jerarquización
Uso de tierra	Implementación de zonas verdes	+49 IA
<i>Lodge</i>	Generación de fuentes de empleo	+53 IA
Aspectos culturales	Vinculación con la comunidad	+35 IA
	Diversificación de la economía	+34 IA
	Incremento tráfico vehicular	+35 IA
Impactos negativos		
Suelo	Vibraciones	-137 IA
	Alteraciones de patrones de drenaje	-80 IA
Agua	Afectación calidad del agua superficial	-44IA
Atmosfera	Emisiones de gases	-52 IA
	Emisión de ruido	-302 IA
	Emisión de material particulado	-179 IA
	Emanación de olores	-30 IA
Procesos	Erosión	-40 IA
	Compactación	-122 IA
Flora	Eliminación de la cobertura vegetal	-98 IA
	Perdida de la capa orgánica	-34 IA
Fauna	Alteración de hábitats	-37IA
Paisaje	Alteración de la calidad paisajística	-40 IA

Figura 98

Gráfica impactos positivos y negativos en la fase de construcción



En esta etapa las actividades que generan mayores impactos negativos son las que involucran movimiento de tierras, escombros, construcción de cimientos y estructuras, ya que se llega a perturbar la dinámica normal del espacio de la construcción, no obstante los impactos positivos mayormente identificados son la generación de fuentes de empleo y la implementación de zonas verdes donde interviene la población, también la plantación de árboles, arbustos y otras plantas para corregir el daño ocasionado al retirar gran parte de la cobertura vegetal.

Impactos negativos más sobresalientes:

- Emisión de ruido
- Emisión de material particulado
- Vibraciones
- Compactación

Impactos positivos más sobresalientes:

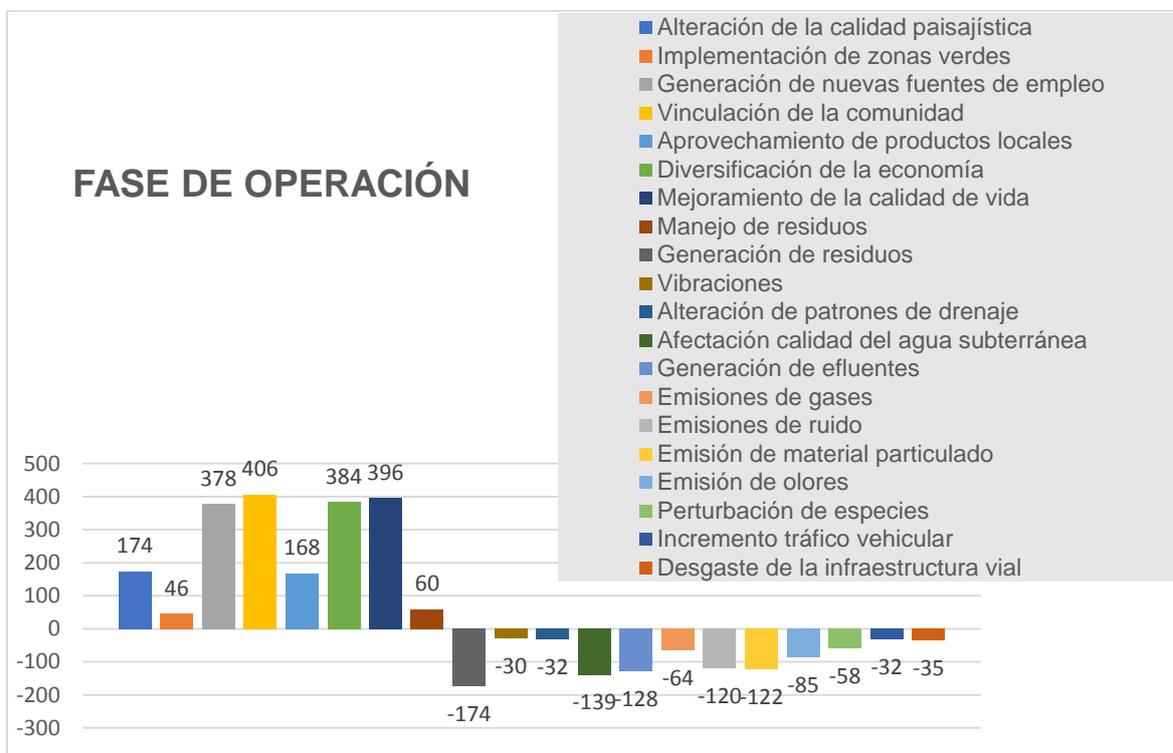
- Generación de fuentes de empleo
- Implementación de zonas verdes

Tabla 137*Impactos negativos y positivos en la fase de operación*

FASE DE OPERACIÓN		
Factor ambiental	Impactos positivos	Jerarquización
Paisaje	Alteración de la calidad paisajística	+174 IA
Uso de tierra	Implementación de zonas verdes	+46 IA
<i>Lodge</i>	Generación de nuevas fuentes de empleo	+378 IA
Aspectos culturales	Vinculación de la comunidad	+406 IA
	Aprovechamiento de productos locales	+168 IA
	Diversificación de la economía	+384 IA
	Mejoramiento de la calidad de vida	+396 IA
Facilidades y actividades Humanas	Manejo de residuos	+60 IA
Impactos negativos		
Suelo	Generación de residuos	-174 IA
	Vibraciones	-30 IA
	Alteración de patrones de drenaje	-32 IA
Agua	Afectación calidad del agua subterránea	-139 IA
	Generación de efluentes	-128 IA
Atmósfera	Emisiones de gases	-64 IA
	Emisiones de ruido	-120 IA
	Emisión de material particulado	-122 IA
	Emisión de olores	-85 IA
Fauna	Perturbación de especies	-58 IA
Facilidades y actividades Humanas	Incremento tráfico vehicular	-32 IA
	Desgaste de la infraestructura vial	-35 IA

Figura 99

Gráfica impactos positivos y negativos en la fase de operación



Producto de la operación del establecimiento y las distintas actividades que se desarrollarán, las principales afectaciones serán hacia el agua y aire. Los impactos positivos están dirigidos hacia la comunidad, calidad de vida y al crecimiento económico, de cierta forma se logrará un equilibrio porque el proyecto estará beneficiando a personas que tienen estas necesidades.

Impactos negativos más sobresalientes:

- Generación de residuos
- Alteración calidad del agua subterránea
- Generación de efluentes
- Emisión de material particulado

Impactos positivos más sobresalientes:

- Vinculación de la comunidad
- Mejoramiento de la calidad de vida
- Generación de nuevas fuentes de empleo
- Diversificación de la economía

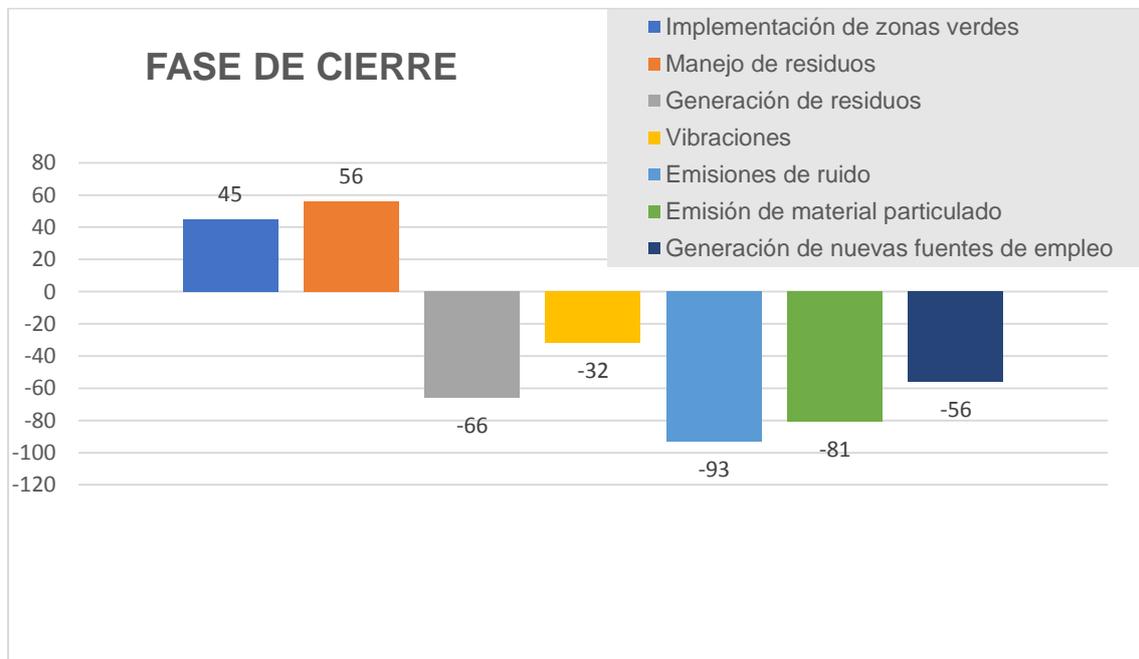
Tabla 138

Impactos negativos y positivos en la fase de cierre

FASE DE CIERRE		
Impactos positivos		
Facilidades y actividades humanas	Manejo de residuos	+56IA
Uso de tierra	Implementación de zonas verdes	+45 IA
Impactos negativos		
Atmósfera	Emisiones de ruido	-93IA
	Emisión de material particulado	-81IA
	Generación de residuos	-66 IA
Suelo		
Lodge	Generación de nuevas fuentes de empleo	-56 IA
Suelo	Vibraciones	-32IA

Figura 100

Gráfica impactos positivos y negativos en la fase de cierre



En el punto que el proyecto llegue a su fin se realizará el levantamiento de toda la infraestructura realizada, esto también generará perturbación en el medio por el ruido que generará y el esparcimiento de material de construcción utilizado, pero también existirá un correcto manejo de estos residuos por lo que se obtendrá un impacto positivo de corrección.

Impactos negativos más sobresalientes:

- Emisión de ruido
- Emisión de material particulado

Impactos positivos más sobresalientes:

- Manejo de residuos

5.8 Matriz de plan de manejo ambiental

Una vez realizado la evaluación y jerarquización de los impactos, se procede al desarrollo del plan de manejo ambiental del proyecto por medio de una matriz en la cual se establece las medidas de mitigación para los impactos a generarse tanto positivos y negativos, responsables, tiempos de control, requerimientos y costos para la aplicación de las medidas. Así tenemos:

Tabla 139

Plan de manejo ambiental impactos negativos

Compo nente	Impacto	Medida	Requerimiento	Responsable		Cuando		Costo	
				Realiza	Control	Realiza	Control		
CONSTRUCCIÓN	Suelo	Vibraciones	Todos los equipos que generen vibraciones (motores, servomotores, válvulas, martillos neumáticos, apisonadoras, remachadoras, compactadoras etc.) descansarán sobre bancadas anti vibratorias, y dispondrán dispositivos amortiguadores	Bancadas anti vibratorias	Personal de mantenimiento de maquinaria	Gerente/ Administrador	Al inicio de la fase de construcción hasta la finalización	Mensual	\$900,00
			Amortiguadores					\$200,00	
	Alteraciones de patrones de drenaje	Tomar en cuenta la información geohidrológica del lugar y organizar los materiales en la superficie que no afecten el nivel freático del suelo	Datos geo hidrográficos	Ing. Ambiental	Gerente y Ad mini strador	Desde el inicio y finalización de la construcción	Trimestral	\$ 150,00	
		Reducción a un mínimo de movimientos de tierra y operación de la maquinaria.							
Agua	Afectación calida d del agua superficial	Colocación de geomembrana debajo de los materiales de construcción, para evitar derrame en las fuentes de agua cercanas a las instalaciones	Geomembrana	Arquitecto Obreros	Gerente/ Administrador	Al inicio de la fase de construcción hasta la finalización	Mensual	400,00 (50 m lineales x 1,40 de ancho	
Atmósfera	Emisiones de gases	Verificar que los vehículos y maquinaria usados durante la construcción emitan al ambiente gases contaminantes por encima de los límites establecidos por la Normativa Ambiental.	Lineamientos conforme NTE Norma INNEN 2204	Personal de mantenimiento de maquinaria	Gerente/ Administrador	Al inicio de la fase de construcción	Mensual	-	
	Emisión de ruido	Reducir del ruido del motor de combustión de vehículos y maquinaria pesada mediante el uso de fuentes acústicas en la salida de gases.	Silenciador de escape	Personal de mantenimiento de maquinaria	Gerente/ Administrador	Al inicio de la fase de construcción hasta la finalización	Diario	\$ 210,00	

Procesos	Emisión de material particulado	<p>Para los materiales sueltos desde y hacia la obra, serán protegidos con una lona o toldo que los cubra.</p> <p>En cuanto a los materiales finos se humedecerá la superficie del mismo y también la lona para evitar la dispersión de polvo en la construcción.</p>	<p>Mallas, lonas o toldo protectores de material particulado.</p> <p>Agua</p>	Arquitecto	Gerente/ Administrador	Al inicio de la construcción, cuando los materiales lleguen al terreno	Diario (Verificar el estado de las lonas, mallas y toldos)	\$ 190,00 por 100 m
	Emanación de olores	<p>Instalación de un generador de ozono en las áreas donde se generen más olores.</p> <p>Evitar la quema de la vegetación o residuos con sustancias contaminantes.</p>	<p>Generador de ozono portátil</p> <p>Tachos para deposición de residuos</p>	Ing. Ambiental Obreros	Gerente/ Administrador	Desde el inicio de la fase de construcción	Semanal	\$350,00
	Erosión	<p>Colocación de pacas de heno para interceptar los sedimentos que podrían llegar hacia las fuentes de agua superficial y terrenos cercanos.</p> <p>Inducir vegetación en áreas aledañas a los desmontes y despalmes para detener la erosión</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pacas de heno • Monitoreo de la calidad del suelo 	Arquitecto Ing. Ambiental Obreros	Gerente/ Administrador	<p>Durante la construcción y utilización de sedimentos.</p> <p>Al finalizar la obra</p>	Trimestral	\$ 40,00
	Compactación	<p>Al finalizar la obra se realizará una limpieza del terreno y se adicionará una capa de tierra vegetal en el área.</p>	Herramienta menor	Arquitecto	Gerente/ Administrador	<p>Al finalizar la fase de construcción</p>	Durante la fase de operación	\$ 800.00
Flora	Eliminación de la cobertura vegetal	<p>Evitar la eliminación innecesaria de la vegetación fuera de las zonas de construcción de las estructuras, para hacerlo se empleará técnicas apropiadas de limpieza del terreno, los cortes se realizarán con sierra, a mano.</p>	<p>Guía de técnicas adecuadas de limpieza y material adecuado.</p>	Arquitecto Ing. Ambiental Obreros	Gerente/ Administrador	<p>Al inicio de la fase de construcción hasta la finalización</p>	Mensual	\$ 300.00

		Perdida de la capa orgánica	La capa orgánica producto de las actividades de limpieza del proyecto será dispuesta en un área del terreno para ser utilizada en las actividades de revegetación.	Área de deposición	Arquitecto Obreros	Gerente/ Administrador	Al finalizar la limpieza y desmonte del terreno	Al inicio de la actividad de zonas verdes	-
	Fauna	Alteración de hábitats	Creación de áreas con árboles para aves y senderos vivos. Las actividades e intervención de áreas se limitarán estrictamente a lo especificado en el diseño arquitectónico del Proyecto.	Plantas nativas	Arquitecto Ing. ambiental	Gerente/ Administrador	Desde el inicio y finalización de la construcción	Mensualmente	\$ 100,00
	Paisaje	Alteración de la calidad paisajística	Mantener en áreas organizadas los materiales de construcción, maquinaria y los desechos que se generen	Guías de control y delimitación de la ubicación de materiales.	Arquitecto	Gerente/ Administrador	Desde el inicio hasta la finalización de la construcción	Diario	\$40,00
OPERACIÓN	Suelo	Generación de residuos	Implementación del sistema de las (3R), es decir reducir, reusar, y reciclar en la medida de lo posible. Brindar capacitación al personal sobre la generación de residuos e importancia del reciclaje. Implementación y socialización al personal y clientes sobre las políticas de manejo de residuos del lodge. Elaboración de abono orgánico para uso de la huerta ecológica.	Contenedores de basura. Políticas sobre el manejo de residuos. Empresa de capacitación. Herramientas manuales de trabajo (Se posee en el área de huerta ecológica).	Técnico ambiental.	Gerente/ administrador	Durante la operación del lodge.	Trimestral	\$1.000
		Vibraciones	Ubicación estratégica del parqueadero. Evitar el estacionamiento de vehículos en zonas no establecidas.	Ubicar el parqueadero en el lindero con la calle pública. Colocar señalización de	Ingeniero de construcción. Técnico ambiental.	Gerente/ administrador	Antes de finalizar obra. Antes de iniciar	Al finalizar la obra. Anual-Al inicio de	\$100

	Alteración de patrones de drenaje		prohibición en los exteriores del <i>lodge</i> .			operación del <i>lodge</i> .	operaciones en el <i>lodge</i> .		
Agua	Afectación calidad del agua subterránea	Implementación de tecnología para la digestión anaerobia para descomponer los residuos por acción microbiana y generar biogás y materia orgánica estabilizada.	Tanques de presión galvanizados, válvulas, tuberías, acoples, medidores, otros.	Técnico ambiental Obreros	Gerente/ administrador	Desde el inicio de actividades y durante toda la operación del <i>lodge</i> .	Mensual	\$4.500	
		Instalación de trampas de grasa para el área de alimentación y área de recreación. Implementar una cubierta manual para la piscina y un tanque reservorio para reducir el consumo de agua al tener un aprovechamiento de las mismas para su uso en otras actividades que conlleva el <i>lodge</i> .	Mano de obra, instalaciones, ingeniería e imprevistos. Trampas de grasa.	Responsable del área de mantenimiento.					\$240
		Utilizar el oxígeno activo como alternativa del cloro para el tratamiento de la piscina.	Cubierta manual de piscina. Tanque de agua Rotoplas 5000 litros.						\$160
		Inclusión de productos ecológicos en los insumos utilizados en actividades de limpieza.	Kit de tratamiento con oxígeno. Productos ecológicos.	Responsables del área de lavandería, alimentos y bebidas y hospedaje.					\$1341
Atmósfera	Emisiones de gases	Generación de efluentes						\$145	
		Brindar capacitación al personal sobre el uso, manipulación y especificaciones técnicas de los equipos a usarse en las diferentes áreas y su respectivo mantenimiento. Reforestar con plantas ornamentales y arbustivas propias de la zona en las diferentes áreas libres.	Empresa proveedora de los equipos. Plantas ornamentales y arbustivas.	Gerente/ administrador Todo el personal	Gerente/ administrador	Al inicio de actividades del <i>lodge</i> . Una vez terminada la construcción.	Semestral Semanal	 \$300	

Emisiones de ruido	Efectuar la insonorización del área de cocina con materiales adecuados a las condiciones físicas del lugar. Elaboración de un manual para la manipulación y mantenimiento del equipo.	Materiales aislantes acústicos. Manual de manejo y mantenimiento de equipos.	Ingeniero de construcción Responsable del área de mantenimiento	Gerente/ administrador	Antes de finalizar obra. Durante la operación del lodge.	Al momento de la entrega de la obra. Mensual	\$1500
Emisión de material particulado	Humedecer las áreas para evitar la elevación de partículas de polvo. Establecer una guía para el manejo de los residuos orgánicos provenientes del mantenimiento de las áreas verdes, actividades agrícolas y cocina por medio de la lombricultora para generar fertilizantes para el suelo.	Agua del tanque de reservorio. Guía de manejo para los residuos orgánicos utilizando la lombricultura. Lombricario casero (Lombriz roja californiana). Capacitación a toda la comunidad.	Responsable del área de mantenimiento Técnico ambiental	Gerente/ Administrador	Durante la operación del lodge.	Semanal	\$250
Emisión de olores	Instalación de campanas extractoras sin salida de humos con filtro de carbón activo y metálico para el área de cocina y recreación que se encargan de la limpieza del aire dentro de la campana sin conducirlo al exterior.	Campana extractora 90 cm	Responsable del área de cocina	Gerente/ Administrador	Antes de iniciar las operaciones en el lodge.	Mensual	\$200

CIERRE	Fauna	Perturbación de especies	Implementar señalética turística en los senderos hacia los atractivos con materiales de la zona según lo establecido en el manual de señalización turística del Ecuador-Mintur.	Señalética turística.	Técnico ambiental	Gerente/ Administrador	Durante toda la operación del <i>lodge</i> .	Semestral	\$400
			Implementar señalética de prohibición, prevención y concienciación para el cuidado y respeto del medio ambiente.	Señalética de prohibición, prevención y concienciación.	Responsable de ventas y publicidad				
	Facilidades y actividades humanas	Incremento tráfico vehicular	Establecer una planificación para el mantenimiento de la vía y gestión de maquinaria con las autoridades competentes.	Planificación	Gerente/ administrador Responsable del área de mantenimiento	Gerente/ administrador	Durante toda la operación del <i>lodge</i> .	Semestral	\$100
		Desgaste de infraestructura vial							
	Suelo	Generación de residuos	Aplicar el sistema de gestión de residuos sólidos utilizando técnicas ambientalmente adecuadas basadas en el principio de las "3R" reducción, reciclaje y reuso implementado durante la operación del <i>lodge</i> . Donación de materiales e insumos en buenas condiciones a la comunidad para su respectivo uso en beneficio de sus habitantes. Coordinar que los restos producidos sean trasladados correctamente a la escombrera autorizada por la comunidad.	Contenedores de basura.	Trabajadores Propietarias del <i>lodge</i>	Propietarias del <i>lodge</i>	Durante toda la fase de cierre.	Diario	\$500
				Autorización de la comunidad.					

	Vibraciones	Realizar el apisonamiento y compactación apropiadamente del suelo una vez retirado los materiales de construcción con la finalidad de no dejar depresiones u hoyos en el terreno que puedan originar procesos erosivos.	Rodillo doble tambor manual	Trabajadores	Propietarias del lodge	Al finalizar el retiro de escombros.	Diario	\$75
		Iniciar con el proceso de descompactación del suelo con el fin de airearlo y recuperar un poco las propiedades físicas con la siembra de avena y trigo.	Arado mecánico Abono orgánico Avena y trigo	Propietarias del lodge.				
Atmósfera	Emisiones de ruido	Utilización de orejeras o cascos protectores de oídos para los trabajadores y demás personas que intervienen en la fase de cierre.	Orejeras o cascos protectores de oídos	Trabajadores	Propietarias del lodge	Durante el desmantelamiento de la infraestructura.	Diario	-
	Emisión de material particulado	Humedecer las áreas para evitar la elevación de partículas de polvo.	Agua del tanque de reservorio.	Trabajadores	Propietarias del lodge	Durante toda la fase de cierre.	Diario	-
Lodge	Generación de nuevas fuentes de empleo	Entrega de una copia del proyecto del lodge a la comunidad como guía y alternativa para la implementación de un proyecto turístico comunitario.	Proyecto	Propietarias del lodge Directiva comunidad	Propietarias del lodge	Al finalizar la fase de cierre.	-	-

Tabla 140

Plan de manejo ambiental impactos positivos

	Componente	Impacto	Medida	Requerimiento	Responsable		Cuando		Costo
					Realiza	Control	Realiza	Control	
CONSTRUCCIÓN	Uso de tierra	Implementación de zonas verdes	Incorporación de capa orgánica (ramas, hojas), para regeneración natural, con las especies existentes en el área. Esparcimiento adecuado de las zonas verdes	Capa orgánica del suelo Árboles, arbustos nativos.	Arquitecto Ing. Ambiental Obreros	Gerente/ Administrador	Etapa final de la obra	Trimestral	\$300,00
	Lodge	Generación de fuentes de empleo	Capacitación en procedimientos de actividades de construcción e impactos que se producen Informar normas de bioseguridad y seguridad laboral Capacitar sobre procedimientos de emergencia y uso de elementos de protección.	Cronogramas de organización Material didáctico online	Gerente/ Administrador	Gerente/ Administrador	Desde el inicio de la fase de construcción	Mensual	-
	Aspectos culturales	Vinculación con la comunidad	Priorizar la contratación de mano de obra proveniente de la comunidad	Acercamiento con la comunidad	Gerente/ Administrador	Gerente/ Administrador	Al inicio de la fase de construcción	-	-
		Diversificación de la economía	Establecer remuneraciones económicas acorde a la labor realizada y compensar horas extras de trabajo	Listados, registros con nombres, horas de trabajo y remuneraciones correspondientes a cada empleado	Gerente/ Administrador	Gerente/ Administrador	Desde el inicio y finalización de la construcción	-	-

	Facilidades y actividades humanas	Incremento tráfico vehicular	Fortalecer el tráfico vehicular adecuado por la comunidad para crear conocimiento y divulgación de la comunidad y ubicación del <i>lodge</i>	Ordenanzas del Gad Parroquial para la circulación vehicular	Gerente/ Administrador	Gerente/ Administrador	Desde el inicio y finalización de la construcción	Trimestral	-
OPERACIÓN	Paisaje	Alteración de la calidad paisajística	Implementar un plan de reducción de huella de carbono para el <i>lodge</i> que ayude a reducir el consumo de recursos y la huella de carbono generada por su operación.	Plan de reducción de huella de carbono. Infraestructura y tecnología moderna amigable con el ambiente.	Técnico de ambiental Trabajadores	Gerente/administrador	A partir del segundo año de operación del <i>lodge</i> .	Mensual	\$7.000
	Uso de tierra	Implementación de zonas verdes	Realizar charlas de concientización sobre el cuidado del medio ambiente en la comunidad, Reforestar y forestar con plantas y árboles propios de la zona con la comunidad.	Capacitador y Plantas árboles	Gerente/administrador	Gerente/administrador	A partir del primer año de operación del <i>lodge</i> .	Semestral	\$200
	Lodge	Generación de nuevas fuentes de empleo	Establecer un cronograma de capacitación anual al personal en temas como atención al cliente, alimentos y bebidas, administración y liderazgo y en ventas, con el propósito de contar con personal capacitado, comprometido y motivado para garantizar la calidad en los servicios.	Cronograma de capacitación. Capacitadores.	Responsable de ventas y publicidad	Gerente/administrador	Al iniciar las operaciones del <i>lodge</i>	Anual	\$400
	Aspectos culturales	Vinculación de la comunidad	Contratar personal capacitado local.	Lista de posibles proveedores locales.	Gerente/administrador	Gerente/administrador	Durante toda la operación del <i>lodge</i> .	Anual	-

CIERRE		<p>Aprovechamiento de productos locales</p> <hr/> <p>Diversificación de la economía</p> <hr/> <p>Mejoramiento de la calidad de vida</p>	<p>Adquirir suministros y productos a proveedores de la localidad.</p> <p>Apoyar actividades sociales de la comunidad cuando lo soliciten y sea posible.</p> <p>Involucrar a la comunidad en proyectos futuros del <i>lodge</i>.</p>	Proyectos	Responsable de ventas y publicidad				
	Facilidades y actividades humanas	de Manejo residuos	Capacitación al personal y comunidad sobre el manejo de residuos, temas ambientales y procedimientos en caso de emergencias.	Capacitador	Responsable de ventas y publicidad	Gerente/administrador	Durante toda la operación del <i>lodge</i> .	Anual	\$100
	Facilidades y actividades humanas	Manejo de residuos	Aplicar el sistema de gestión de residuos sólidos basado en el principio de las "3R" hasta dar por culminada la fase de cierre.	Contenedores de basura	Trabajadores	Propietarias del <i>lodge</i>		Durante toda la fase de cierre.	Diario
	Uso de tierra	Implementación de zonas verdes	Realizar visitas posteriores a la fase de cierre para determinar la eficacia de las medidas implementadas para recuperar el área intervenida.	Plan de manejo	Propietarias del <i>lodge</i>	Propietarias del <i>lodge</i>	Después de dar por finalizado el cierre del proyecto.	Trimestral	-

CAPÍTULO VI ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

En este último capítulo se realiza un análisis económico financiero sobre el proyecto que permitirá obtener información importante para determinar la factibilidad y rentabilidad económica tras su implementación y operación, considerando la relación entre los gastos que debe incurrir el *lodge* para su operación y a su vez los ingresos a obtener tras la prestación de los servicios. Información además que permitirá determinar el punto de equilibrio del establecimiento, es decir, el tiempo que deberá transcurrir para lograr una equidad entre los ingresos y gastos. Y la toma de decisiones para lograr que los ingresos sean superiores a los gastos y se genere ganancias netas favorables para la continuidad y permanencia del *lodge* en el tiempo.

6.1 Estado de situación inicial

Sachas Inclusive *Lodge* se pondrá en marcha con una inversión total de \$211.827,32 dólares. Del cual se tiene la cuenta de activos que se divide para activo circulante valorado en \$42.176,92 dólares, que representa el capital de trabajo con el que debe contar el *lodge* para su operación durante el primer año como son salarios, servicios básicos, permisos, mantenimiento, marketing, materia prima e imprevistos que se puedan presentar. Y para activo fijo la cantidad de \$169.650,40 dólares, que representa todos los bienes muebles e inmuebles que el *lodge* cuenta y adquirirá para poder desarrollar las actividades ofertadas.

Además inicia sus actividades con cuentas en pasivo y patrimonio. Un pasivo a largo plazo valorado en \$110.000 dólares, que representa el préstamo realizado a la entidad financiera BanEcuador con una tasa de interés del 9.76% durante 120 meses plazo con una cuota mensual de \$1.439,08 dólares. Y un patrimonio valorado en \$101.827,32 dólares, que representa al bien inmueble (terreno) valorado en \$12.000 dólares y al capital social valorado en \$89.827,32 dólares aportado por las socias autoras del proyecto.

Figura 101

Tabla amortización de financiamiento con BanEcuador

		SACHAS INCLUSIVE LODGE				
		TABLA DE AMORTIZACIÓN (BanEcuador)				
Plazo (Meses)	Saldo insoluto	Pago mensual total	Capital	Intereses		
Plazo	120					
Monto	110.000					
Tasa anual	9,76%					
Tasa mensual	0,81%					
Pago mensual	\$1.439,08					
1	\$109.455,59	\$1.439,08	\$544,41	894,67	0,00	
2	\$108.906,75	\$1.439,08	\$548,84	890,24	0,00	
3	\$108.353,45	\$1.439,08	\$553,30	885,77	0,00	
4	\$107.795,64	\$1.439,08	\$557,80	881,27	0,00	
5	\$107.233,30	\$1.439,08	\$562,34	876,74	0,00	
6	\$106.666,39	\$1.439,08	\$566,91	872,16	0,00	
7	\$106.094,86	\$1.439,08	\$571,53	867,55	0,00	
8	\$105.518,69	\$1.439,08	\$576,17	862,90	0,00	
9	\$104.937,83	\$1.439,08	\$580,86	858,22	0,00	
10	\$104.352,24	\$1.439,08	\$585,58	853,49	0,00	
11	\$103.761,90	\$1.439,08	\$590,35	848,73	0,00	
12	\$103.166,75	\$1.439,08	\$595,15	843,93	0,00	
13	\$102.566,76	\$1.439,08	\$599,99	839,09	0,00	
14	\$101.961,89	\$1.439,08	\$604,87	834,21	0,00	
15	\$101.352,10	\$1.439,08	\$609,79	829,29	0,00	
16	\$100.737,35	\$1.439,08	\$614,75	824,33	0,00	
17	\$100.117,61	\$1.439,08	\$619,75	819,33	0,00	
18	\$99.492,82	\$1.439,08	\$624,79	814,29	0,00	
19	\$98.862,95	\$1.439,08	\$629,87	809,21	0,00	
20	\$98.227,95	\$1.439,08	\$634,99	804,09	0,00	
21	\$97.587,80	\$1.439,08	\$640,16	798,92	0,00	
22	\$96.942,43	\$1.439,08	\$645,36	793,71	0,00	
23	\$96.291,82	\$1.439,08	\$650,61	788,47	0,00	
24	\$95.635,91	\$1.439,08	\$655,90	783,17	0,00	
25	\$94.975,67	\$1.439,08	\$661,24	777,84	0,00	
26	\$94.308,06	\$1.439,08	\$666,62	772,46	0,00	
27	\$93.636,02	\$1.439,08	\$672,04	767,04	0,00	
28	\$92.958,51	\$1.439,08	\$677,51	761,57	0,00	
29	\$92.275,50	\$1.439,08	\$683,02	756,06	0,00	
30	\$91.587,99	\$1.439,08	\$688,57	750,51	0,00	
31	\$90.892,75	\$1.439,08	\$694,17	744,91	0,00	
32	\$90.192,94	\$1.439,08	\$699,82	739,26	0,00	
33	\$89.487,43	\$1.439,08	\$705,51	733,57	0,00	
34	\$88.776,18	\$1.439,08	\$711,25	727,83	0,00	
35	\$88.059,15	\$1.439,08	\$717,03	722,05	0,00	
36	\$87.336,28	\$1.439,08	\$722,86	716,21	0,00	
37	\$86.607,54	\$1.439,08	\$728,74	710,34	0,00	
38	\$85.872,87	\$1.439,08	\$734,67	704,41	0,00	
39	\$85.132,22	\$1.439,08	\$740,65	698,43	0,00	
40	\$84.385,55	\$1.439,08	\$746,67	692,41	0,00	
41	\$83.632,81	\$1.439,08	\$752,74	686,34	0,00	
42	\$82.873,95	\$1.439,08	\$758,86	680,21	0,00	
43	\$82.108,91	\$1.439,08	\$765,04	674,04	0,00	
44	\$81.337,65	\$1.439,08	\$771,26	667,82	0,00	
45	\$80.560,12	\$1.439,08	\$777,53	661,55	0,00	
46	\$79.776,26	\$1.439,08	\$783,86	655,22	0,00	
47	\$78.986,03	\$1.439,08	\$790,23	648,85	0,00	
48	\$78.189,37	\$1.439,08	\$796,66	642,42	0,00	
49	\$77.386,23	\$1.439,08	\$803,14	635,94	0,00	
50	\$76.576,56	\$1.439,08	\$809,67	629,41	0,00	
51	\$75.760,31	\$1.439,08	\$816,26	622,82	0,00	
52	\$74.937,41	\$1.439,08	\$822,89	616,18	0,00	
53	\$74.107,83	\$1.439,08	\$829,59	609,49	0,00	
54	\$73.271,49	\$1.439,08	\$836,33	602,74	0,00	
55	\$72.428,35	\$1.439,08	\$843,14	595,94	0,00	
56	\$71.578,36	\$1.439,08	\$849,99	589,08	0,00	
57	\$70.721,45	\$1.439,08	\$856,91	582,17	0,00	
58	\$69.857,57	\$1.439,08	\$863,88	575,20	0,00	
59	\$68.986,67	\$1.439,08	\$870,90	568,17	0,00	
60	\$68.108,68	\$1.439,08	\$877,99	561,09	0,00	
61	\$67.223,56	\$1.439,08	\$885,13	553,95	0,00	
62	\$66.331,23	\$1.439,08	\$892,33	546,75	0,00	
63	\$65.431,64	\$1.439,08	\$899,58	539,49	0,00	
64	\$64.524,74	\$1.439,08	\$906,90	532,18	0,00	
65	\$63.610,47	\$1.439,08	\$914,28	524,80	0,00	
66	\$62.688,75	\$1.439,08	\$921,71	517,37	0,00	
67	\$61.759,54	\$1.439,08	\$929,21	509,87	0,00	
68	\$60.822,78	\$1.439,08	\$936,77	502,31	0,00	
69	\$59.878,49	\$1.439,08	\$944,38	494,69	0,00	
70	\$58.926,32	\$1.439,08	\$952,07	487,01	0,00	
71	\$57.966,51	\$1.439,08	\$959,81	479,27	0,00	
72	\$56.998,89	\$1.439,08	\$967,62	471,46	0,00	
73	\$56.023,41	\$1.439,08	\$975,49	463,59	0,00	
74	\$55.039,98	\$1.439,08	\$983,42	455,66	0,00	
75	\$54.048,56	\$1.439,08	\$991,42	447,66	0,00	
76	\$53.049,08	\$1.439,08	\$999,48	439,59	0,00	
77	\$52.041,47	\$1.439,08	\$1.007,61	431,47	0,00	
78	\$51.025,66	\$1.439,08	\$1.015,81	423,27	0,00	
79	\$50.001,59	\$1.439,08	\$1.024,07	415,01	0,00	
80	\$48.969,19	\$1.439,08	\$1.032,40	406,68	0,00	
81	\$47.928,40	\$1.439,08	\$1.040,80	398,28	0,00	
82	\$46.879,14	\$1.439,08	\$1.049,26	389,82	0,00	
83	\$45.821,34	\$1.439,08	\$1.057,79	381,28	0,00	
84	\$44.754,94	\$1.439,08	\$1.066,40	372,68	0,00	
85	\$43.679,87	\$1.439,08	\$1.075,07	364,01	0,00	
86	\$42.596,06	\$1.439,08	\$1.083,82	355,26	0,00	
87	\$41.503,42	\$1.439,08	\$1.092,63	346,45	0,00	
88	\$40.401,91	\$1.439,08	\$1.101,52	337,56	0,00	
89	\$39.291,43	\$1.439,08	\$1.110,48	328,60	0,00	
90	\$38.171,92	\$1.439,08	\$1.119,51	319,57	0,00	
91	\$37.043,31	\$1.439,08	\$1.128,61	310,46	0,00	
92	\$35.905,52	\$1.439,08	\$1.137,79	301,29	0,00	
93	\$34.758,47	\$1.439,08	\$1.147,05	292,03	0,00	
94	\$33.602,09	\$1.439,08	\$1.156,38	282,70	0,00	
95	\$32.436,31	\$1.439,08	\$1.165,78	273,30	0,00	
96	\$31.261,05	\$1.439,08	\$1.175,26	263,82	0,00	
97	\$30.076,23	\$1.439,08	\$1.184,82	254,26	0,00	
98	\$28.881,77	\$1.439,08	\$1.194,46	244,62	0,00	
99	\$27.677,60	\$1.439,08	\$1.204,17	234,91	0,00	
100	\$26.463,63	\$1.439,08	\$1.213,97	225,11	0,00	
101	\$25.239,79	\$1.439,08	\$1.223,84	215,24	0,00	
102	\$24.005,99	\$1.439,08	\$1.233,79	205,28	0,00	
103	\$22.762,16	\$1.439,08	\$1.243,83	195,25	0,00	
104	\$21.508,22	\$1.439,08	\$1.253,95	185,13	0,00	
105	\$20.244,07	\$1.439,08	\$1.264,14	174,93	0,00	
106	\$18.969,65	\$1.439,08	\$1.274,43	164,65	0,00	
107	\$17.684,85	\$1.439,08	\$1.284,79	154,29	0,00	
108	\$16.389,61	\$1.439,08	\$1.295,24	143,84	0,00	
109	\$15.083,84	\$1.439,08	\$1.305,78	133,30	0,00	
110	\$13.767,44	\$1.439,08	\$1.316,40	122,68	0,00	
111	\$12.440,34	\$1.439,08	\$1.327,10	111,98	0,00	
112	\$11.102,44	\$1.439,08	\$1.337,90	101,18	0,00	
113	\$9.753,66	\$1.439,08	\$1.348,78	90,30	0,00	
114	\$8.393,91	\$1.439,08	\$1.359,75	79,33	0,00	
115	\$7.023,10	\$1.439,08	\$1.370,81	68,27	0,00	
116	\$5.641,15	\$1.439,08	\$1.381,96	57,12	0,00	
117	\$4.247,95	\$1.439,08	\$1.393,20	45,88	0,00	
118	\$2.843,42	\$1.439,08	\$1.404,53	34,55	0,00	
119	\$1.427,47	\$1.439,08	\$1.415,95	23,13	0,00	
120	\$-0,00	\$1.439,08	\$1.427,47	11,61	0,00	

Figura 102
Balance de situación inicial

 Si escapamos, Puedes Encontrarnos.			SACHAS INCLUSIVE LODGE		
			BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2021		
ACTIVO			PASIVO		
Activo Circulante			Pasivo Circulante		
Caja		\$ 300,00			
Inventarios		\$ 2.517,92			
Banco		\$ 39.359,00			
Total Activo Circulante		\$42.176,92	Total Pasivo Circulante		\$0
Activo Fijo			Pasivo a Largo Plazo		
Terrenos		\$ 12.000	Documentos por pagar a largo plazo		\$ 110.000,00
Edificios/Construcciones		\$ 300.473			
Mobiliario y equipo		\$ 13.540			
Equipos de seguridad		\$ 483			
Equipo de computación		\$ 2.414			
Maquinaria		\$ 7.855			
Manejo de habitaciones, restaurante, recreación		\$ 6.403			
Utiles y materiales de aseo		\$ 303			
Vehículo de trabajo		\$ 20.000			
Total Activo Fijo		\$109.050,40	Total Pasivo Circulante		\$110.000
Activo diferido			SUMA DEL PASIVO		
					\$110.000 31,93%
Total Activo Diferido		\$0	PATRIMONIO		
			Bien inmueble		\$12.000,00
			Capital social		\$89.827,32
			Total Capital contable		\$101.827,32 48,07%
SUMA DEL ACTIVO		\$211.827,32	SUMA DEL CAPITAL CONTABLE		\$101.827,32
			SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO		\$211.827,32 100%

6.2 Flujo de efectivo

Para los ingresos de Sachas Inclusive Lodge en el servicio de hospedaje tiene a disposición 10 habitaciones, 2 habitaciones simples con un valor de \$30,00 dólares cada una, 4 habitaciones dobles con un valor de \$55,00 dólares cada una y 4 habitaciones triples con un valor \$85,00 dólares cada una, todas las habitaciones incluyen desayuno continental para cada huésped y se establece un porcentaje de ocupación promedio anual del 26%. Además, en el servicio de alimentación se oferta un menú general con variedad de platos, los cuales se establece un valor promedio para cada uno, así tenemos para desayunos precio promedio de \$3,55, entradas \$1,20, platos fuertes \$8,50, sopas \$4,13, postres \$2,74 y bebidas en \$2,14. También se tiene a disposición la venta de bebidas alcohólicas en el mini bar con un precio promedio de \$4 dólares y las actividades complementarias que se ofertan como es senderismo

a un costo de \$10,00 dólares por persona y actividades de agroturismo a \$7,00 dólares por persona.

En lo que contempla los egresos por los servicios ofertados en el *lodge* y antes mencionadas se establece: para el área de hospedaje un porcentaje estimado de costo del 30%, para el área de alimentación un porcentaje estimado de costo del 60%, mini bar un porcentaje estimado de costo del 40% y en las actividades complementarias un porcentaje estimado de costo del 15%, en relación a los ingresos obtenidos por la venta de cada servicio ofertado, que representan los desembolsos que se deben realizar para que se puedan desarrollar las actividades como el coste de materia prima, uso de equipos, personal, entre otros. Además se contempla gastos relacionados al mantenimiento de manera mensual con un valor de \$100,00 dólares, sueldos del personal valorado en \$2.000,00 dólares considerando que se contará con 5 personas bajo relación de dependencia, aportación al IESS del 11.15% de manera mensual valorado en \$223,00 dólares, adquisición del servicio de contabilidad para las declaraciones mensuales con un costo de \$50,00 dólares, pago de décimos valorado en \$2.000,00 dólares cada una que se depositarán en diciembre la décimo tercera remuneración y en agosto la décimo cuarta remuneración como lo establece la ley, también el pago de permisos anuales para el funcionamiento del *lodge* valorado en \$878,00 dólares, en lo que se refiere impuestos hace referencia al IVA que falta de descontar durante las transacciones siendo el cálculo que se multiplica los ingresos generados durante el mes por el 0.06%, gastos mensuales por publicidad siendo el primer mes la inversión más alta de \$1.500,00 dólares y el resto del año una inversión de \$150,00 dólares, servicios básicos con un gasto mensual de \$187,90 dólares y finalmente el pago de la cuota mensual del préstamo de \$1.439,08 dólares a BanEcuador.

Con los valores antes mencionados se tiene como resultado un ingreso anual de \$162.398,40 dólares, un egreso anual de \$126.172,09 dólares y realizada la diferencia entre los dos valores antes mencionados se obtiene una ganancia representada en el flujo de caja acumulado anual de \$36.226,31.

Figura 103
Flujo de caja

CUANTIFICACION DE FLUJO AÑO 1

INGRESOS	Precio	unidad a la venta	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL ANUAL	UNIDADES VENDIDAS		
Habitación simple (2)	30	60	360	360	450	450	450	540	630	540	300	396	340	630	5700,00	190,2		
Habitación doble (4)	55	120	1320	1320	1650	1650	1650	1980	2310	1980	1320	1452	1980	2310	20922,00	380,4		
Habitación triple (4)	85	120	2040	2040	2550	2550	2550	3060	3570	3060	2040	2244	3060	3570	32334,00	380,4		
Desayunos	3,55	100	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	4260,00	1200		
Entradas	1,2	210	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	3024,00	2520		
Platos fuertes	8,5	210	1785,00	1785,00	1785,00	1785,00	1785,00	1785,00	1785,00	1785,00	1785,00	1785,00	1785,00	1785,00	21420,00	2520		
Sopas	4,13	210	867,30	867,30	867,30	867,30	867,30	867,30	867,30	867,30	867,30	867,30	867,30	867,30	10407,60	2520		
Postres	2,74	210	575,40	575,40	575,40	575,40	575,40	575,40	575,40	575,40	575,40	575,40	575,40	575,40	6904,80	2520		
Bebidas	2,14	250	535,00	535,00	535,00	535,00	535,00	535,00	535,00	535,00	535,00	535,00	535,00	535,00	6420,00	3000		
Mini bar	4	300	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	14400,00	3600		
Agroturismo	7	150	1050,00	1050,00	1050,00	1050,00	1050,00	1050,00	1050,00	1050,00	1050,00	1050,00	1050,00	1050,00	12600,00	1800		
Senderismo	10	200	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	24000,00	2400		
TOTAL INGRESOS			12339,70	12339,70	13269,70	13269,70	13269,70	14199,70	15129,70	14199,70	12339,70	12711,70	14199,70	15129,70	162398,40			
EGRESOS																		
Costo habitación simple (4)			108	108	135	135	135	162	189	162	108	118,8	162	189	1711,80	V	1711,8	
Costo habitación doble (4)			396	396	495	495	495	594	693	594	396	435,6	594	693	6276,60	V	6276,6	
Costo habitación triple (2)			612	612	765	765	765	918	1071	918	612	673,2	918	1071	9700,20	V	9700,2	
Costo desayunos			213,00	213,00	213,00	213,00	213,00	213,00	213,00	213,00	213,00	213,00	213,00	213,00	2556,00	V	2556	
Costo entradas			151,20	151,20	151,20	151,20	151,20	151,20	151,20	151,20	151,20	151,20	151,20	151,20	1814,40	V	1814,4	
Costo platos fuertes			1071,00	1071,00	1071,00	1071,00	1071,00	1071,00	1071,00	1071,00	1071,00	1071,00	1071,00	1071,00	12852,00	V	12852	
Costo sopas			520,38	520,38	520,38	520,38	520,38	520,38	520,38	520,38	520,38	520,38	520,38	520,38	6244,56	V	6244,56	
Costo postres			345,24	345,24	345,24	345,24	345,24	345,24	345,24	345,24	345,24	345,24	345,24	345,24	4142,88	V	4142,88	
Costo bebidas			321,00	321,00	321,00	321,00	321,00	321,00	321,00	321,00	321,00	321,00	321,00	321,00	3852	V	3852	
Costo mini bar			480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	5760	V	5760	
Costo agroturismo			157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	1890	V	1890	
Costo senderismo			300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3600	V	3600	
Mantenimiento			100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200	F	1200	
Sueldos y salarios			2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	24000	F	24000	
IES			223,00	223,00	223,00	223,00	223,00	223,00	223,00	223,00	223,00	223,00	223,00	223,00	2676,00			
Contabilidad			50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00	F	600	
Décimos										2000					4000	F	4000	
Pago 1 x 1000								0							0	F	0	
Permisos									878						878	F	878	
Impuestos			740,38	740,38	796,18	796,18	796,18	851,98	907,78	851,98	740,38	762,70	851,98	907,78	9743,904			
Publicidad			1500	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	3150	F	3150	
Servicios Básicos			187,9	187,9	187,9	187,9	187,9	187,9	187,9	187,9	187,9	187,9	187,9	187,9	2254,8	F	2254,8	
PAG DE PRÉSTAMO			1.439,08	1.439,08	1.439,08	1.439,08	1.439,08	1.439,08	1.439,08	1.439,08	1.439,08	1.439,08	1.439,08	1.439,08	17268,94			
TOTAL EGRESOS			10915,08	9505,08	9900,48	9900,48	9900,48	10235,28	11448,08	12235,28	9505,08	9699,00	10235,28	12570,08	126172,09		30082,8	00400,44
FLUJO DE CAJA			1424,02	2774,02	3369,22	3369,22	3369,22	3964,42	3681,62	1964,42	2774,02	3012,10	3964,42	2559,62				
FLUJO ACUMULADO			1424,02	4198,04	7567,26	10936,48	14305,70	18270,12	21951,74	23916,16	26690,18	29702,28	33666,70	36226,31	36226,31			

6.3 Proyección de ingresos y gastos

6.3.1 Costo de capital

Para establecer la proyección de ingresos y egresos es importante conocer el costo de capital, el cual se obtiene a partir de la tasa de interés de la inversión, es decir, para la tasa de interés de capital propio se establece la tasa de interés pasiva que manejan las entidades financieras a julio del 2021 que es el 5.66% y para la tasa de interés de financiamiento se establece de acuerdo a la tasa nominal que maneja la entidad financiera a la cual se solicita el préstamo y en este caso BanEcuador tiene una tasa nominal del 9.76%, y el porcentaje de participación del capital propio o financiado en relación al total de la inversión requerida. Con los datos obtenidos se hace un promedio, y se obtiene como resultado que el costo de capital del establecimiento es del 8,06%.

Figura 104

Costo de capital

SACHAS INCLUSIVE LODGE					
CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL					
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA	COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	211827,32	100%		8,06%	8,06%
IMPUESTO A LA RENTA				0%	
CAPITAL PROPIO	111.827,32	53%	5,66%	2,99%	
FINANCIAMIENTO	110.000,00	52%	9,76%	5,07%	

6.3.2 Proyección de ingresos y egresos para 10 años

Se realiza la proyección de ingresos y egresos para 10 años considerando que los proyectos con una inversión superior a los \$100.000,00 requieren de más de 5 años para lograr su estabilidad económica, recuperar la totalidad de la inversión y obtener ganancias a la misma vez. Y además para tener una visión más amplia de lo que se venderá en un futuro, al igual que los egresos que conlleva, anticipar posibles ganancias o pérdidas, planificar y tomar medidas que ayuden a mantener la estabilidad económica del emprendimiento.

Para la proyección se considera la tasa de inflación anual de los últimos diez años en nuestro país y se establece un porcentaje de incremento anual del 3%, dando como resultado que dentro de los 10 años se obtiene un flujo acumulado de \$415.294,10 dólares, valor que cubre el monto de inversión y representa el margen de utilidad alcanzado.

Figura 105

Proyección ingresos y egresos para 10 años

Incremento anual	3%
Costo de capital	8,06%
Inversión	211827,32
VAN	60959,12
TIR	13,78%



Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Ingresos	162398,40	167270,35	172288,46	177457,12	182780,83	188264,25	193912,18	199729,55	205721,43	211893,08
Egresos	126172,09	129957,25	133855,97	137871,64	142007,79	146268,03	150656,07	155175,75	159831,02	164625,95
Flujo de caja	36226,31	37313,10	38432,50	39585,47	40773,04	41996,23	43256,11	44553,80	45890,41	47267,12

DATOS PARA LA TIR	-211827,32	36226,31	37313,10	38432,50	39585,47	40773,04	41996,23	43256,11	44553,80	45890,41	47267,12
-------------------	------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

FLUJO ACUMULADO	36226,31	73539,42	111971,92	151557,39	192330,43	234326,65	277582,77	322136,56	368026,98	415294,10
-----------------	----------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

6.4 Cálculo de la tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno (TIR) representa el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá la inversión y si el porcentaje del TIR es mayor que el porcentaje del costo de capital es positivo. Considerando un incremento anual del 3%, la inversión y el flujo de efectivo acumulado para 10 años en el proyecto tenemos un valor positivo del 13.78% siendo superior a la tasa del costo de capital que es del 8.06%, lo que quiere decir que si se invierte en el proyecto para el décimo año la ganancia será casi el doble en relación a la inversión inicial, lo que ratifica que el proyecto es factible y rentable.

Figura 106

Cálculo de la tasa interna de retorno

Incremento anual	3%
Costo de capital	8,06%
Inversión	211827,32
VAN	60959,12
TIR	13,78%

6.5 Cálculo del valor actual neto

El valor actual neto (VAN) representa las pérdidas o ganancias en dólares que tendrá la inversión inicial y si el VAN es mayor a 0 significa que es positivo. Considerando la suma de la tasa del costo de capital del 8.06% dividido para el flujo de caja de cada año por los 10 años menos la inversión y el TIR positivo nos arroja un valor positivo de \$60.959,12 dólares, lo que quiere decir que se recupera la inversión realizada en su totalidad y además se generan ganancias, resultado que vuelve a ratificar la factibilidad y rentabilidad del proyecto.

Figura 107

Cálculo del valor actual neto

Incremento anual	3%
Costo de capital	8,06%
Inversión	211827,32
VAN	60959,12
TIR	13,78%

6.6 Punto de equilibrio

El monto de inversión del proyecto es de \$211.827,32, valor que es superado con el flujo de efectivo acumulado del 6 año que se puede observar en la figura 105, por lo que la tabla de punto de equilibrio se realiza en función de los datos del sexto año que se alcanza el punto de equilibrio.

Figura 108

Punto de equilibrio

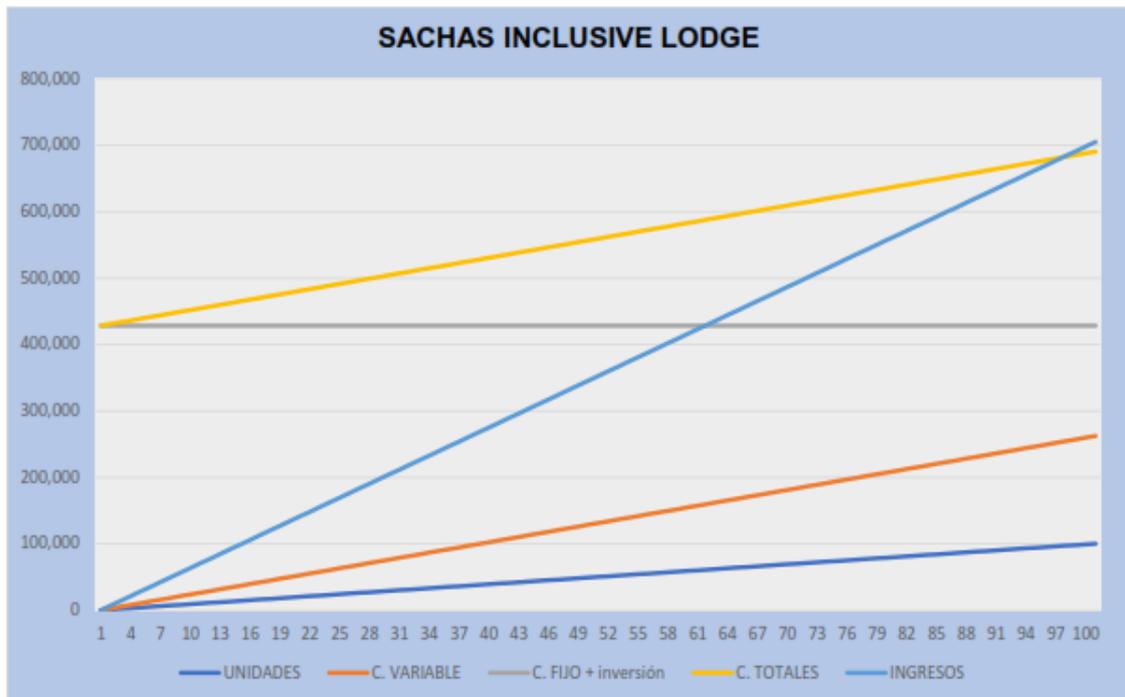
PUNTO DE EQUILIBRO MULTIPRODUCTO

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	Producto 12
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	1.141	2.282	2.282	7.200	15.120	15.120	15.120	15.120	18.000	21.600	10.800	14.400
TOTAL UNIDADES		138.186										
% PARTICIPACIÓN/PRODUCTO VENDIDO	0,83%	1,65%	1,65%	5,21%	10,94%	10,94%	10,94%	10,94%	13,03%	15,63%	7,82%	10,42%
PRECIO VENTA UNITARIO	\$30	\$55	\$85	\$4	\$1	\$9	\$4	\$3	\$2	\$4	\$7	\$10
COSTO VENTA UNITARIO	\$9,00	\$16,50	\$25,50	\$2,13	\$0,72	\$5,10	\$2,48	\$1,64	\$1,28	\$1,60	\$1,05	\$1,50
PRECIO PROMEDIO PONDERADO		\$7,05										
COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$2,62										
COSTO FIJO DEL PERÍODO		\$216.497										
INVERSIÓN		\$211.827										
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$21,00	\$38,50	\$59,50	\$1,42	\$0,48	\$3,40	\$1,65	\$1,10	\$0,86	\$2,40	\$5,95	\$8,50
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO		\$4,43										
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		96.715										
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS		\$681.966										
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / UNIDADES	799	1.597	1.597	5.039	10.582	10.582	10.582	10.582	12.598	15.118	7.559	10.078
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / DOLARES	\$23.961	\$87.859	\$135.781	\$17.889	\$12.699	\$89.950	\$43.705	\$28.996	\$26.960	\$60.470	\$52.912	\$100.784

Figura 109

Gráfica del punto de equilibrio



El *lodge* al alcanzar su punto de equilibrio en el 6 año debe tener un total anual de unidades vendidas de 96.715 por sus 12 productos, con un precio promedio ponderado de \$7,05 y un costo promedio ponderado de \$2.62. Además se tiene un margen de contribución ponderado de \$4,43, donde el valor del precio ponderado promedio multiplicado por el punto de equilibrio en unidades es igual a \$681,966 dólares que representa los ingresos que se debe obtener para alcanzar el punto de equilibrio en los primeros seis años de operación del *lodge*.

CONCLUSIONES

- La comunidad San Francisco de Sachapamba es privilegiada por sus recursos naturales, culturales y sociales. Sin embargo, existe escasa infraestructura turística que impide que sea un potencial atractivo de la región, en cuanto a las instalaciones de alojamiento, las existentes se encuentran alejadas de la zona y carecen de un producto innovador, por lo tanto se concluye que el *Lodge* a implementar podrá complementar la oferta de servicio de hospedaje gracias a los enfoques de sustentabilidad, innovación y seguridad que resaltará el valor turístico del sitio generando un beneficio mutuo.
- Para el estudio de mercado los resultados se obtuvieron mediante encuestas a dos grupos, tanto de personas con discapacidad y sin discapacidad física, que reflejan un nivel de aceptación del 75% para el primer grupo y 94,5% el segundo respecto a la creación del establecimiento y disposición para visitarlo próximamente, por lo que se concluye que el mercado objetivo es principalmente nacional y se encuentra en las provincias de Imbabura y Pichincha caracterizándose por preferir lugares rurales, naturales y vivencia de aventuras.
- Tras el análisis del estudio técnico y administrativo se determinó que, Sachas Inclusive *Lodge* se constituirá ante la ley del Ecuador como una sociedad por acciones simplificada, la cual ofrece el servicio de alojamiento en 10 cabañas en forma de caracol en un área de 1500 m², así como una apropiada distribución de espacios subdivididos en 8 áreas. Con lo cual se evidencia la viabilidad técnica para llevar a cabo las actividades complementarias que oferta, al igual que el aseguramiento del disfrute y esparcimiento en las instalaciones, la eliminación de las barreras de accesibilidad debido a contar con facilidades y comodidades en infraestructura y operación de la mejor calidad.
- A partir de la consolidación de la imagen empresarial y corporativa del establecimiento. Se concluye que la denominación social “Sachas Inclusive *Lodge*” y el eslogan “Si escapas puedes encontrarnos” son los más apropiados para nombrar y dar a conocer al establecimiento con base en sus

características diferenciales donde el marketing holístico y los canales de distribución directos e indirectos favorecerán a la presencia y reconocimiento de la marca hacia los distintos públicos.

- En cuanto al estudio ambiental se focalizó el análisis en tres fases: construcción, operación y cierre, la evaluación de los impactos realizada con el método de Conesa simplificado a través de la matriz de importancia, demostró la viabilidad ambiental del proyecto, ya que a pesar de la presencia de impactos negativos no tienen mayor importancia y se lograra contrarrestar sus efectos con las medidas de prevención o mitigación establecidas, al igual que para los impactos positivos se plantearon medidas para fortalecer su presencia, ya que se generará fuentes de empleo, mejoramiento de la calidad de vida, vinculación con la comunidad, diversificación de la economía e implementación de zonas verdes.
- En el estudio económico financiero se evaluó la rentabilidad de la empresa con base en los recursos económicos indispensables para su creación y operación, requiriendo así una inversión de \$211.827,32. Se confirma la rentabilidad de la empresa, ya que la tasa interna de retorno (TIR) supera el porcentaje del costo del capital con 13,78% y en el valor actual neto (VAN) positivo con \$60.959,12. Finalmente el lodge alcanzará su punto de equilibrio y será sostenible económicamente en el año 6 por la venta de sus 12 productos valorado en \$681.966,00, lo cual indica que la inversión será recuperada e igualmente la utilidad es positiva en cuanto al costo-beneficio del proyecto.

RECOMENDACIONES

- Es necesario que las autoridades del GADP Cahuasquí y GADC Urcuquí conjuntamente con el Ministerio de Turismo coordinen para brindar programas de información, capacitación, levantamiento de información y señalización turística en el cantón para y con la ciudadanía, para que se consolide una mayor y mejor oferta de servicios turísticos a disposición de los visitantes que ayuden a fortalecer la economía local y lograr un mejor desarrollo.
- Se debe realizar un nuevo estudio para continuar investigando el comportamiento y las nuevas tendencias de consumo que se presenten en el mercado objetivo, información que permitirá mantenerse actualizado y un pie adelante para la toma de decisiones que ayuden a satisfacer sus nuevas necesidades y mantenerlos motivados al consumo de los servicios del *lodge*.
- Es importante al momento de realizar el estudio técnico y administrativo establecer de forma detallada y concisa todos los recursos económicos, recursos tecnológicos, talento humano, materia prima y recursos físicos que se requiera para la puesta en marcha del proyecto en relación al tipo de emprendimiento, al igual que establecer precios lo más apegados a la realidad lo que permitirá identificar la inversión total y con ello determinar la factibilidad o no del proyecto.
- Al ser un emprendimiento nuevo y joven es de mucha ayuda investigar las estrategias de marketing implementadas por emprendimientos del mismo sector productivo ya consolidados y exitosos, para su posterior adaptación en el *lodge* de la mano con una planificación y monitoreo constante que permita al establecimiento tener presencia en el mercado, hacer llegar los servicios al cliente y crear una conexión con sus experiencias.
- Al intervenir el área con la implementación del emprendimiento, independientemente de si se genera más impactos positivos que negativos o viceversa, es esencial prever los recursos necesarios para cumplir con las medidas de mitigación establecidas, lo que permitirá al *lodge* operar de forma

amigable con el entorno y cumplir con su responsabilidad ambiental plasmada en su misión.

- El estudio económico financiero al realizarse con base en el estudio técnico y administrativo para determinar la rentabilidad económica del emprendimiento es importante considerar que para los proyectos con una inversión que requiere más de \$100.000 debe existir una financiación externa máxima del 70% de la inversión total requerida y el 30% propia, pero mientras más financiación propia exista es mejor para lograr la estabilidad del emprendimiento y además es necesario elegir la entidad financiera con las mejores condiciones y tasa de interés para el proyecto.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Alajo, G y Jiménez, W. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora en la provincia de Cotopaxi, cantón Sigchos en el periodo 2014-2015*. [Trabajo de fin de grado, Universidad Técnica de Cotopaxi]. <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/2629/1/T-UTC-00166.pdf>
- Andina, W. (2011). La demanda insatisfecha en los proyectos de inversión pública. *Industrial Data*, Vol.14, 67-72. <https://www.redalyc.org/pdf/816/81622585009.pdf>
- Ariza, A. Peralta, P. (2015). Competitividad y estructura organizacional de las pymes del sector alimentos en Barranquilla: una perspectiva conceptual. *Desarrollo Gerencial*, Vol. 7(2), 170-187. <http://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/443/431>
- Bena, G. (2014). *Metodologías de la investigación*. (1ª ed.). México, Grupo Editorial Patria. <http://www.editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074384093.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3ª ed.). Colombia, Pearson Educación. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Conesa, V. (1993). *Guía Metodológica para la Evaluación del Impacto Ambiental*. (2ª ed.). Madrid, Ediciones Mundi-Prensa. <http://www.paginaspersonales.unam.mx/app/webroot/files/1613/Asignaturas/1818/Archivo1.5036.pdf>
- Conesa, V. (2010). *Guía Metodológica para la Evaluación del Impacto Ambiental*. (4ª ed.). Madrid, Ediciones Mundi-Prensa. https://kupdf.net/download/conesa-fernandez-guia-metodologica-para-la-evaluacion-del-impacto-ambiental_597b6631dc0d60e3522bb18b_pdf
- Darío Sbarato, R. Emilio Ortega, J. y María Sbarato, V. (2016). *Los estudios de impacto ambiental*. Córdoba, Argentina: Editorial Brujas. <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/77039?page=26>

- Español Echániz, I. (2016). *Evaluación del impacto ambiental: fundamentos*. España, Dextra Editorial. <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/130768?page=21>
- Guerrero, P. y Ramos, J. (2015). *Introducción al turismo*. México, Grupo Editorial Patria. <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/39409>
- Izaguirre Olmedo, J. Carhuancho Mendoza, I. y Silva Siu, D. (2020). *Finanzas para no financieros*. Universidad Internacional del Ecuador, Guayaquil. <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/136839?page=19>
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing (11e)*. México, Pearson Educación. https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Martínez, H. (2012). *Metodología de la investigación*. México, Cengage Learning. <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/39957>
- Molero, M. Contreras, A. y Molero, M. (2018). *Ingeniería del medio ambiente*. Madrid, UNED Editorial. <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/48940>
- Organización Mundial de la Salud. (2014). *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas – Módulo I: Turismo Accesible – definición y contexto*. Madrid, España: UNWTO Publicaciones. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416486>
- Puyana, G. Fernández. M. Gómez, J. Bravo, G. (2016). Impacto de la crisis económica en la rentabilidad de las empresas de gestión de instalaciones de ocio deportivo según tamaño, un estudio empírico. *Revista de Psicología del deporte*, Vol. 25, 51-54. <https://www.redalyc.org/pdf/2351/235146293012.pdf>
- Saucedo Venegas, H. (2020). *Capital del trabajo: modelos de negocio con valor económico agregado*. México, Instituto Mexicano de Contadores Públicos. <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/130923?page=11>
- Sbarato, R. Sbarato, V. y Ortega, J. (2016). *Los estudios de impacto ambiental*. Córdoba, Argentina: Editorial Brujas. <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/77039>

Schnarch Kirberg, A. (2019). *Marketing para emprender*. Bogotá, Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/127104?page=21>

Sebastián Pérez, M. Á. Arenas Reina, J. M. y Arenas Reina, J. M. (2017). *Oficina técnica y proyectos*. Madrid, UNED Editorial. <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/48915?page=68>

Soriano Llobera, J. M. García Pellicer, M. C. y Torrents Arévalo, J. A. (2015). *Economía de la empresa*. Barcelona, Universidad Politécnica de Catalunya. <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/52179?page=93>

LINKOGRAFÍA

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia sanitaria. (2017). *Instructivo Interno para la obtención del Permiso de Funcionamiento*. http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/download/Instructivos/Instructivo_permiso_funcionamiento.pdf
- Cevallos, M. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Cahuasquí 2015-2019*. <https://www.imbabura.gob.ec/phocadownloadpap/K-Planes-programas/PDOT/Parroquial/PDOT%20CAHUASQUI.pdf>
- Clasificación Internacional del Funcionamiento, Discapacidad y Salud. (2001). *Tipos de discapacidad*. https://www.mintrabajo.gob.gt/images/Servicios/DEL/Informe_del_Empleador/Clasificaci%C3%B3n-CIF-Tipos-de-Discapacidad_CIF.pdf
- Congreso Nacional. (2001). *Ley de Turismo*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Consejo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Urcuquí. (2016). *Ordenanza de planificación, regulación, control y gestión del desarrollo turístico en el cantón San Miguel de Urcuquí*. https://drive.google.com/file/d/1xk_uM9xYb7mZw9jtYZuoZkMBoqtmYVcX/view
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Urcuquí. (2010). *La reforma a la ordenanza que regula la administración, control y recaudación del impuesto anual de patentes municipales en el cantón San Miguel de Urcuquí*. <https://docplayer.es/26458859-El-gobierno-autonomo-descentralizado-municipal-de-san-miguel-de-urcuqui-considerando.html>
- Federación de Autismo de Madrid. (2013). *¿Qué es el turismo inclusivo?* Autismo Madrid. <https://autismomadrid.es/dependencia-2/turismo-inclusivo/#:~:text=El%20turismo%20inclusivo%20es%20el,la%20rentabilidad%20econ%C3%B3mica%2C%20buscando%20beneficiar>

- Fernández, R. (2016). *Estudio financiero económico*.
<https://www.slideshare.net/rociofernandez52/estudio-economico-financiero-68200119>
- GAD Municipal de Urcuquí. (2020). *Parroquia Cahuasquí*. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Urcuquí.
<https://www.uruqui.gob.ec/parroquia-de-cahuasqui/>
- GAD Parroquial Cahuasqui. (2019). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial*.
<https://www.imbabura.gob.ec/phocadownloadpap/K-Planes-programas/PDOT/Parroquial/PDOT%20CAHUASQUI.pdf>
- Ministerio de turismo. (2016). *Reglamento de alojamiento turístico*. Ecuador.
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2018). *Movimientos Internos: GEOVIT*. Geoportal de Viajes Internos Turísticos del Ecuador.
<https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>
- Ministerio de Turismo. (2020). *Levantamiento de información sobre el comportamiento del turismo a nivel nacional dada la nueva normalidad generada por la afectación del virus COVID-19*.
https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/DespuesCovid/Comportamiento-Covid-VERSION-FINAL_JSP.pdf
- Ministerio de Turismo. (2021). *Establecimientos turísticos registrados en el Ministerio de Turismo*. <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- Ministerio de turismo. (2021). *Calidad Turística*.
<https://servicios.turismo.gob.ec/portfolio/calidad-turistica>
- Montaña de Luz. (s.f). *Montaña de Luz*. <https://www.xn--montaadeluz-5db.com/nosotros>
- Organización Mundial de Turismo. (2015). *Turismo sostenible*.
<https://www.unwto.org/es/desarrollo->

ANEXOS

Anexo 1: Reporte Urkund



Document Information

Analyzed document	SÁNCHEZ JESSICA-SERRANO GRACE.docx (D112459551)
Submitted	9/13/2021 5:12:00 AM
Submitted by	
Submitter email	jpsancheza@utn.edu.ec
Similarity	5%
Analysis address	fecruzg.utn@analysis.orkund.com

Sources included in the report

W	URL: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/16034/1/68631_1.pdf Fetched: 7/10/2021 4:01:07 AM		4
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / EMPRENDIMIENTO-RESORT.docx Document EMPRENDIMIENTO-RESORT.docx (D65137458) Submitted by: vane_felix94@hotmail.es Receiver: iacamargo.utn@analysis.orkund.com		8
W	URL: http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/7690/1/23T0622.pdf Fetched: 6/7/2021 1:58:07 PM		1
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / 1.-TESIS-MIGUEL-CORRECCION-4 (1).docx Document 1.-TESIS-MIGUEL-CORRECCION-4 (1).docx (D101042936) Submitted by: mamejam@utn.edu.ec Receiver: fecruzg.utn@analysis.orkund.com		14
W	URL: https://docplayer.es/95225902-Universidad-tecnica-del-norte.html Fetched: 10/17/2019 2:32:03 AM		1
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / Tesis Final (1).pdf Document Tesis Final (1).pdf (D100932357) Submitted by: aaarevalof@utn.edu.ec Receiver: fecruzg.utn@analysis.orkund.com		7
W	URL: http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/3478/1/23T0407.pdf Fetched: 7/31/2021 1:57:46 AM		1
W	URL: https://autismomadrid.es/dependencia-2/turismo-inclusivo/#:~:text=Et%20turismo%20inclusivo%20es%20el,la%20rentabilidad%20econ%C3%B3mica%252C%20buscando%20beneficiarFern Fetched: 9/13/2021 5:13:00 AM		1
W	URL: http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/11044/2/02%20TUR%20187%20TRABAJO%20GRADO.pdf Fetched: 7/11/2021 8:21:31 PM		5
W	URL: https://www.redalyc.org/pdf/816/81622585009.pdf Fetched: 9/13/2021 5:13:00 AM		2

Anexo 2: Ficha de diagnóstico turístico del Ministerio de Turismo

 Ministerio de Turismo									
FICHA DE DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL DESTINO									
1.DESTINO	2. CLIMA	3. TEMPERATURA	4. PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA	5. ALTURA (msnm)	6. LATITUD	7. LONGITUD	8.DESTINOS CERCANOS		
Comunidad San Francisco de Sachapamba	Templado-frio	5-19 °C	950 mm	2507	0.4917	-78.2524	Parroquia Cahuasquí Santa Agua Termas de Chachimbiro Santa Catalina de Salinas		
9.BREVE DESCRIPCIÓN DEL DESTINO									
<p>La comunidad San Francisco de Sachapamba se encuentra ubicada a 4 kilómetros de la cabecera parroquial Cahuasquí a una altura aproximada de 2507 msnm. Su principal fuente de economía es la agricultura y ganadería. La comunidad ha venido existiendo por más de 80 años, su nombre proviene de dos vocablos quechuas: Sacha "monte" y Pamba "planicie, llano"; que hace referencia a que en sus inicios fue un lugar plano con mucha vegetación, condición por la cual los primeros asentamientos lo establecieron como apto para habitar, así las personas que vivían en lugares lejanos especialmente de las comunas Santa Polonia, La Florida y Buenos Aires decidieron hacer sus casas y formar sus familias en dicho espacio y así se originaron las primeras poblaciones sedentarias en el lugar.</p> <p>La comunidad actualmente cuenta aproximadamente con 280 habitantes su administración se realiza por medio de una directiva que es electa cada año mediante una asamblea general con la presencia de todos los usuarios de la comunidad. Tiene acceso a servicios básicos como: agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, transporte público y privado, asistencia médica, educación, vías de acceso de segundo orden, alumbrado público y recolección de residuos. También cuenta con otros servicios como espacios para la recreación, una iglesia donde se reúnen para celebrar festividades religiosas, una casa comunal donde se realizan las fiestas y reuniones comunales, acceso gratuito a Wifi, un estadio y también cuenta con una infraestructura (cabaña con todos los servicios) que está a disposición de la comunidad</p>									
10. DATOS RELEVANTES									
SUPERFICIE	LÍMITES	POBLACIÓN	MUJERES	%	HOMBRES	%	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA)	NIVEL DE EDUCACIÓN MAYORITARIO	POBLACIÓN PREDOMINANTE
x	Norte: Cabecera parroquial Cahuasquí	60 (INEC 2010) 120 hab	65	54.16	55	45.83	70	Primaria	Mujeres

	Sur: P.N. Cotacachi Cayapas Este: Río Tababara Oeste: Río Santa Barbara										
11. COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS (%)											
ENERGÍA ELÉCTRICA	AGUA POTABLE	RED DE ALCANTARILLADO	RECOLECCIÓN DE DESECHOS	MANEJO DE DESECHOS	MANEJO DE AGUAS RESIDUALES	TELEFONÍA FIJA	TELEFONÍA PÚBLICA	TELEFONÍA MÓVIL	CONEXIÓN A INTERNET	OBSERVACIONES	
100 %	100%	80%	80%	10%	20%	0%	0%	75%	30%	La mayoría de las personas solo tienen acceso a servicios básicos, en cuanto a internet la mayoría se acerca al punto de conexión público ubicado recientemente por el GADP Cahuasquí.	
12. INFRAESTRUCTURA, EQUIPAMIENTOS GENERALES Y SEGURIDAD (#)											
TRANSPORTE PÚBLICO	GASOLINERAS	OFICINAS BANCARIAS	CAJEROS AUTOMÁTICOS	HOSPITALES/CENTROS DE SALUD	FARMACIAS	CENTROS CULTURALES	CENTROS DEPORTIVOS	ESPACIOS RECREATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS CON FORMACIÓN EN TURISMO	POLICÍA
1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0
BOMBEROS	DEFENSA CIVIL	FISCALÍA O JUZGADO	COOPERATIVAS DE TAXIS	COOPERATIVAS DE TRANSPORTE URBANO	PARQUEADEROS	CASAS DE CAMBIO	MERCADOS Y/O TIENDAS ARTESANALES	OBSERVACIONES			
0	0	0	0	0	0	0	0	Los pobladores de la comunidad para movilizarse pagan a los mismos habitantes carreras o también hacen uso del transporte público que lo brinda la Coop. Urcuquí que tiene un solo turno por día. Para los demás servicios bancarios, fiscalía u otros deben acercarse a la cabecera parroquial, cabecera cantonal o a la ciudad de Ibarra.			
13. ASENTAMIENTOS HUMANOS											
Solo se encuentran los pobladores de la comunidad.											

14. CONECTIVIDAD Y ACCESOS					
11.1 TERRESTRE					
DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO	
Cahuasqui – San Francisco de Sachapamba	Lastrado	20 m	Carro particular	OW Carrera \$7	
San Francisco de Sachapamba-Cahuasqui	Lastrado	30 m	Bus	RT Bus 0.75	
Ibarra - San Francisco de Sachapamba	Asfaltado-Lastrado	1h 30m	Carro particular	OW Carrera \$30	
San Francisco de Sachapamba-Ibarra	Lastrado-Asfaltado	2h 30m	Bus	RT Bus 2.75	
11.2 AÉREO					
DESDE	CIA, FRECUENCIA	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO	
				OW	
				RT	
11.3 ACUÁTICO					
DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO	
				OW	
				RT	
11.4 OTROS					
DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO	
				OW	
				RT	
15. CONECTIVIDAD DEL DESTINO CON LOS PUNTOS DE MAYOR EMISIÓN TURÍSTICA					
DISTANCIA (KM)	QUITO	GUAYAQUIL	CUENCA	OTROS	OBSERVACIONES
	164 km	585 km	619 km	Ibarra 58 km	
16. INTERCONEXIÓN CON OTROS DESTINOS					
NOMBRE(S) DEL (OS) DESTINOS	SITIO DE INTERCONEXIÓN	CONFORMAN PRODUCTO TURÍSTICO	NOMBRE	OBSERVACIONES	
		RUTA		No se interconecta con otros destinos.	
		CIRCUITO			
		CORREDOR			
		OTRO			
		NINGUNO			
17. ATRACTIVOS TURÍSTICOS					
17.1 NATURALES			17.2 CULTURALES		

Nombre	Número	Jerarquía				Nombre	Número	Jerarquía				
		I	II	III	IV			I	II	III	IV	
Río Tababara						Iglesia						
Río Santa Bárbara						Fiestas de San Juan Evangelista						
Laguna de Yanacocha												
Cerro Yanahurco												
Laguna de Patococha												
Laguna de Burrococha												
Cascada Cundor Pacha												
Cascada Nido de Cóndor												
17.3 ATRACTIVOS MÁS REPRESENTATIVOS								14.4 OBSERVACIONES				
Nombre		Latitud	Longitud	Estado de Conservación	Afluencia (Nacional / Extranjera)	Tipo de Visitante (Turista / Excursionista)	Difusión del Atractivo (Local, provincial, Regional, Nacional , Internacional)		En base a la actualización de catastro de atractivos turísticos de Imbabura por el Ministerio de turismo no existe ningún atractivo registrado en la comunidad ni en la parroquia a la que pertenece, pero la comunidad sí cuenta con recursos naturales y culturales por ser aprovechados, por ello no se establece una jerarquización ya que no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo.			
Cascada Nido de Cóndor		0.4996225	-78.2476061	Conservado	Nacional	Excursionista	Local					
Cerro Yanahurco		0.4803458	-78.3370525	Conservado	Nacional	Excursionista	Local					
Laguna de Yanacocha		0.472973	-78.313567	Conservado	Nacional	Excursionista	Local					
18. SERVICIOS TURÍSTICOS												
18.1 TOTAL ESTABLECIMIENTOS		18.2 TIPOLOGÍA/ PLAZAS					18.4 OBSERVACIONES					
		Agencias de Viajes	Intermediación	Alojamiento	# Plazas	Alimentos y Bebidas	# Plazas	En la comunidad no existen ningún tipo de establecimientos registrados que brinden servicios turísticos a los visitantes.				
0		0	0	0	0	0	0					
19. FACILIDADES TURÍSTICAS IMPLEMENTADAS EN EL DESTINO												
19.1 TIPO		SI/NO	#	UBICACIÓN		ESTADO		19.2 OBSERVACIONES				
SEÑALIZACIÓN		NO										

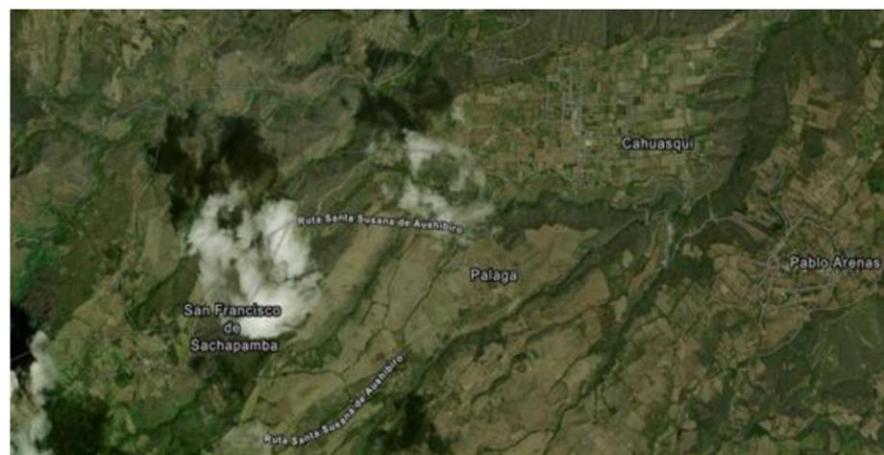
SEÑALÉTICA	NO										La comunidad no cuenta con ninguna facilidad turística para hacer más placentera la visita de los turistas y tener un mejor aprovechamiento de los recursos que dispone.
PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	NO										
CENTRO DE INTERPRETACIÓN	NO										
CENTRO DE FACILITACIÓN	NO										
SENDEROS	NO										
MIRADORES	NO										
OTROS	NO										
20. MODALIDADES DE TURISMO QUE SE PRACTICAN											
20.1 TIPO	CANTIDAD	TEMPORALIDAD			LUGAR (ES) DONDE DE EJECUTA LA ACTIVIDAD			20.2 OBSERVACIONES			
ECOTURISMO	0										
TUR. DE NATURALEZA	1	Fines de semana			Recursos naturales de la comunidad						
TURISMO COMUNITARIO	0										
TURISMO CULTURAL	0										
TURISMO RELIGIOSO	0										
TURISMO DE SALUD	0										
TURISMO DE DEPORTES	0										
TURISMO DE AVENTURA	0										
CONVENCIONES	0										
OTROS	0										
21. INGRESO DE TURISTAS											
21.1 TURISTAS NACIONALES	AÑO	TEMPORADA ALTA	MEDIA DE PERNOCTACIÓN	GASTO PROMEDIO POR DÍA USD	21.2 TURISTAS EXTRANJEROS	AÑO	TEMPORADA ALTA	MEDIA DE PERNOCTACIÓN	GASTO PROMEDIO POR DÍA	21.3 OBSERVACIONES	
										La comunidad no cuenta con un registro de ingreso de turistas.	
22. INGRESOS POR TURISMO											
22.1 INGRESOS ECONÓMICOS POR TURISMO			22.2 INGRESO DE DIVISAS POR DESTINO			22.3 TOTAL INGRESOS POR TURISMO USD			22.4 OBSERVACIONES		
AÑO	TURISMO INTERNO (%)	TURISMO RECEPTIVO (%)	AÑO	TURISMO INTERNO USD	TURISMO RECEPTIVO USD						

										La comunidad no oferta actividades turísticas siendo sus principales fuentes de ingresos la actividad agrícola y ganadería.
23. DESARROLLO LOCAL POR TURISMO										
23.1 EMPLEO DIRECTO/ INDIRECTO (# DE PERSONAS)									23.2 OBSERVACIONES	
ALOJAMIENTO	ALIMENTOS Y BEBIDAS	TRANSPORTE	ESPARCIMIENTO	GUIANZA	OPERACIONES TURÍSTICAS	COMERCIO	ARTESANÍA	OTROS		
0	0	0	0	0	1	0	0	0		
23.3 POBLACIONES BENEFICIADAS POR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA			23.4 DECLARATORIAS EN EL DESTINO						23.5 OBSERVACIONES	
FAMILIAS	COMUNIDADES	LOCALIDADES	ENTIDAD		FECHA	DETALLE		ESTADO		
1	0	0	MINISTERIO DEL AMBIENTE						La asociación Cóndor Treking está conformada por una familia sachapameña que brinda sus servicios turísticos hacia los atractivos naturales que cuenta la comunidad.	
			MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO							
			OTROS							
24. DESCENTRALIZACIÓN TURÍSTICA/ ORGANIZACIONES EN TERRITORIO										
MUNICIPIO DESCENTRALIZADO	FECHA DE CONVENIO	ORGANIZACIÓN MUNICIPAL	# DE EMPLEADOS	IMAGEN CORPORATIVA DE TURISMO	ITUR	COMISIÓN DE TURISMO EN CONCEJO MUNICIPAL	CONSEJO CANTONAL DE TURISMO U OTRO	ORDENANZAS MUNICIPALES PARA DESARROLLO TURÍSTICO	AÑO DE EXPEDICIÓN	
Gad Municipal de Urcuquí	1984		237		Si	No	No	Ordenanza para la planificación, regulación, control y gestión del desarrollo turístico en el cantón San Miguel de Urcuquí.	2016	

CÁMARA DE TURISMO	ASOCIACIONES O AGRUPACIONES TURÍSTICAS	OFICINA MINTUR EN DESTINO	COORDINACIÓN ZONAL VINCULADA AL DESTINO	OTROS NIVELES DE ORGANIZACIÓN	24.1 OBSERVACIONES	
No	Red de Turismo Urcuquí	No	Zona 1			
25. PROYECTOS TURÍSTICOS A DESARROLLARSE						
25.1 NOMBRE	25.2 LOCALIDAD	25.3 TIPO DE PROYECTO		25.4 OBJETIVO	25.5 RESPONSABLE	25.6 MONTO
25.7 OBSERVACIONES	En el PDOT Parroquial no existe ningún proyecto planificado inclinado a fortalecer la actividad turística local, pero sí enfocado a la conservación natural.					
26. PRINCIPALES NECESIDADES						
DETALLE	MARCAR	ESPECIFICACIONES				
CONSERVACIÓN URBANA	X	Es necesario la construcción de aceras en la carretera que conecta a la comunidad con la cabecera parroquial para evitar que en tiempos de lluvia el agua se desborde y dañe la vía.				
SANEAMIENTO Y SALUBRIDAD						
MANEJO DE DESECHOS Y RESIDUOS						
CIRCULACIÓN VEHICULAR	X	Es necesario la existencia de al menos una frecuencia más del transporte público hacia la comunidad que facilite la movilidad tanto de los habitantes como de sus visitantes.				
ACCESOS	X	Sería importante la adecuación e implementación de señalización interpretativa hacia los recursos naturales que posee la parroquia y comunidad.				
SEÑALIZACIÓN AL DESTINO	X	Actualmente existe la necesidad de implementar más señalética desde la parroquia que permita llegar a la comunidad sin ningún inconveniente.				
SEÑALÉTICA EN ATRACTIVOS	X	Los senderos para llegar a los recursos naturales no son muy adecuados, además no poseen señalética informativa para el turista.				
IMPLEMENTACIÓN DE FACILIDADES TURÍSTICAS	X	Sería de mucha ayuda la implementación de un mirador en la zona alta de la comunidad que permitiría tener una vista panorámica, además serviría de motivación para los visitantes.				
CAPACITACIÓN EN MATERIA TURÍSTICA	X	Es importante que las autoridades gestionen capacitaciones en el área de turismo para la comunidad y con la opinión de expertos la comunidad se incentive y opte por acogerse a la actividad turística como nueva alternativa de desarrollo local.				
OTROS						
23.1 OBSERVACIONES	La comunidad cuenta con una gran riqueza natural y cultural que no se encuentra todavía incorporada significativamente en la dinámica turística, siendo una gran oportunidad acoger al turismo como una nueva alternativa de desarrollo y un eje dinamizador de la economía local.					
27. FUENTES DOCUMENTALES Y OTRAS						

FUENTE	TIPO	AÑO DE EXPEDICIÓN	VIGENCIA	24.1 OBSERVACIONES
PDOT Cahuasquí	Plan de desarrollo/ Estudio técnico	2015	2019	Encontramos información de la parroquia detallada, más no desglosada para cada una de sus comunidades que forman parte.
GAD Municipal Urququí	Página web	s/f	2020	Encontramos información importante sobre el cantón, sus parroquias y la administración que se realiza cada año.

25. MAPA



CRÉDITOS INSTITUCIONALES	Levantamiento de información	Procesamiento	Revisión	Aprobación
Fecha	16/11/2020			
Nombre	Jessica Sánchez			
Cargo	Estudiante			
Institución	UTN			

Anexo 3: Validación de instrumentos



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



TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA EN TURISMO

Validación de instrumentos de recopilación de información

Estudiante:	Sánchez Jessica & Serrano Grace		
Ciclo:	Noviembre 2020 – Marzo 2021	Fecha de revisión:	Diciembre 08 - 2020
Tema:	Lodge inclusivo como alternativa de desarrollo turístico en la Comunidad San Francisco de Sachapamba, Urcuquí, Imbabura, Ecuador.		
Objetivo General:	Implementar un lodge inclusivo como alternativa de desarrollo turístico en la Comunidad San Francisco de Sachapamba, Urcuquí, Imbabura, Ecuador.		
Objetivo Específico 2:	Definir la oferta y la demanda mediante un estudio de mercado.	Instrumento	-Encuesta -Entrevista

	¿Es adecuado el instrumento para el objetivo específico?		¿Es correcta la estructura y diseño del instrumento?	
	Si	No	Si	No
Instrumento Objetivo Específico 2: -Encuesta -Entrevista	X		X	

MSc. Vasallo Villalonga Yoarmelys

DOCENTE CARRERA DE TURISMO, FACA-UTN

CI: 1754211587



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



TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN TURISMO

Validación de Instrumentos de recopilación de información

Estudiante:	Sánchez Jessica & Serrano Grace		
Ciclo:	Noviembre 2020 – Marzo 2021	Fecha de revisión:	Diciembre 10 - 2020
Tema:	Lodge inclusivo como alternativa de desarrollo turístico en la Comunidad San Francisco de Sachapamba, Urcuquí, Imbabura, Ecuador.		
Objetivo General:	Implementar un lodge inclusivo como alternativa de desarrollo turístico en la Comunidad San Francisco de Sachapamba, Urcuquí, Imbabura, Ecuador.		
Objetivo Específico 2:	Definir la oferta y la demanda mediante un estudio de mercado.	Instrumento	-Encuesta -Entrevista

	¿Es adecuado el instrumento para el objetivo específico?		¿Es correcta la estructura y diseño del instrumento?	
	Si	No	Si	No
Instrumento Objetivo Específico 2: -Encuesta -Entrevista	X		X	

MSc. Posso Astudillo Ángela Mikaela

DOCENTE CARRERA DE TURISMO, FACAE-UTN

CI: 1003460126

Anexo 4: Entrevistas realizadas a la competencia

Institución	Hostería Hacienda Chachimbiro
Nombre	María Fernanda Torres
Cargo	Gerente
Edad	34
Profesión	Veterinaria
Correo	relinchando5@gmail.com

Nota. Entrevista realizada por Jessica Sánchez, 2021

1. ¿Cuál es la misión del establecimiento?
Buscar la satisfacción y reconocimiento de los clientes
2. ¿Cuál es su segmento de mercado objetivo?
Familias y parejas de Quito y tercera edad
3. ¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento?
4 personas laboran
4. ¿Los turistas que visitan el establecimiento son nacionales o extranjeros?
Turistas Nacionales
5. ¿Cuántas personas visitan el establecimiento mensualmente?
Entre 120 y 130 visitas por mes.
6. ¿Qué tiempo permanecen los turistas?
Una noche dos días
7. ¿Qué tipo de servicios ofrece?
Servicio de alojamiento, restaurante, cabalgatas, senderismo, visita al ordeño, cancha de tenis, fútbol, karaoke.
8. ¿Cuál es el precio del servicio?
Paquetes día de campo 25 dólares,
9. ¿Cuáles son los medios que utiliza para realizar publicidad?
Redes sociales y página web.
10. ¿Qué lugares considera que son su principal competencia?
Tunas y cabras, Chorlavi.

11. ¿Las personas con discapacidad física pueden hacer uso de sus instalaciones sin limitaciones?

Si

12. ¿Cree usted que las personas con discapacidad física pueden convertirse en clientes potenciales?

Totalmente

13. ¿Cree usted que el turismo aporta a la inclusión social? ¿Por qué?

No aporta porque no se tiene el servicio que las personas con discapacidad necesitan los establecimientos tiene lo básico pero una persona con estas características necesita mucho más que eso.

Institución	Hosteria y Spa Pantavi
Nombre	Juliette Fernández
Cargo	Ayudante general
Edad	20
Profesión	Cocinera
Correo	fernandezjuliette07@gmail.com

Nota. Entrevista presencial realizada por Jessica Sánchez, 2021

1. ¿Cuál es la misión del establecimiento?
Su misión se basa en brindar un buen servicio y dar a conocer un poco de la cultura ecuatoriana.
2. ¿Cuál es su segmento de mercado objetivo?
El mercado nacional e internacional.
3. ¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento?
Actualmente se encuentran laborando solo 4 personas.
4. ¿Los turistas que visitan el establecimiento son nacionales o extranjeros?
Si
5. ¿Cuántas personas visitan el establecimiento mensualmente?
Alrededor de 30 personas al mes en la actualidad.
6. ¿Qué tiempo permanecen los turistas?
Mayormente 2 días y una noche.
7. ¿Qué tipo de servicios ofrece?
El servicio de restaurante y hospedaje.
8. ¿Cuál es el precio del servicio?
La tarifa es de \$55 dólares por persona incluido la alimentación.
9. ¿Cuáles son los medios que utiliza para realizar publicidad?
Las redes sociales.
10. ¿Qué lugares considera que son su principal competencia?
La hostería hacienda Chachimbiro

11. ¿Las personas con discapacidad física pueden hacer uso de sus instalaciones sin limitaciones?

Si pueden hacerlo.

12. ¿Cree usted que las personas con discapacidad física pueden convertirse en clientes potenciales?

Se menciona que sí porque todas las personas necesitan salir y distraerse.

13. ¿Cree usted que el turismo aporta a la inclusión social? ¿Por qué?

Si, porque hay mucha gente que se reúne en el lugar, se conocen y hacen nuevas amistades.

Institución	Montaña de Luz
Nombre	Marcelo Vinueza Rojas
Cargo	Dueño
Edad	70
Profesión	Emprendedor
Correo	montanadeluz1@gmail.com

Nota. Entrevista presencial realizada por Jessica Sánchez, 2021

1. ¿Cuál es la misión del establecimiento?
Generar desarrollo en la región con sostenibilidad.
2. ¿Cuál es su segmento de mercado objetivo?
A la clase media alta culta
3. ¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento?
Dos personas.
4. ¿Los turistas que visitan el establecimiento son nacionales o extranjeros?
El establecimiento es muy joven y apenas empezaba cuando se suscitó la pandemia y es por eso que no se tiene ese dato.
5. ¿Cuántas personas visitan el establecimiento mensualmente?
Alrededor de 20 personas al mes.
6. ¿Qué tiempo permanecen los turistas?
Los turistas permanecen entre 3 y 5 días.
7. ¿Qué tipo de servicios ofrece?
Alojamiento, alimentación y recorridos por el jardín botánico.
8. ¿Cuál es el precio del servicio?
Entre 30 y 60 dólares dependiendo las actividades que desarrolle el turista.
9. ¿Cuáles son los medios que utiliza para realizar publicidad?
Página Web y boca a boca
10. ¿Qué lugares considera que son su principal competencia?
Ninguno
11. ¿Las personas con discapacidad física pueden hacer uso de sus instalaciones sin limitaciones?

Si pueden hacer el uso de las instalaciones porque el lugar es amigable con las personas con discapacidad.

12. ¿Cree usted que las personas con discapacidad física pueden convertirse en clientes potenciales?

Si

13. ¿Cree usted que el turismo aporta a la inclusión social? ¿Por qué?

Si porque el turismo es posiblemente la actividad económica que reparte la riqueza.

Institución	Guanabana Republic
Nombre	Diego Guacán
Cargo	Gerente de la Agencia de Viajes PASAPORTE / Asesor de Turismo en Ingenia Consulting Tour
Edad	34
Profesión	Tclg. en Adm. de Empresas Turísticas y Hoteleras
Correo	ventas@guanabanarepublic.com.ec

Nota. Entrevista virtual realizada por Jessica Sánchez, 2021

1. ¿Cuál es la misión del establecimiento?

El establecimiento no fue creado con fines turísticos sino más bien para uso personal y recién está entrando a una administración netamente enfocada al turismo por lo cual no tiene una misión establecida, pero en sí busca brindar un servicio turístico de calidad acorde a las condiciones de su entorno.

2. ¿Cuál es su segmento de mercado objetivo?

El mercado es totalmente nacional actualmente, turistas de las provincias del Carchi, Imbabura, Esmeraldas y Pichincha.

3. ¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento?

Actualmente se encuentran laborando 10 personas en el lugar.

4. ¿Los turistas que visitan el establecimiento son nacionales o extranjeros?

Actualmente tras la pandemia solo tienen visitas nacionales.

5. ¿Cuántas personas visitan el establecimiento mensualmente?

Más o menos unas 300 personas semanales y al mes entre 1.200 a 1.500 personas.

6. ¿Qué tiempo permanecen los turistas?

Entre 4 a 5 horas permanecen como promedio en el lugar ya que no cuenta con estadía, pero está en propuesta a implementarse a mediano y largo plazo.

7. ¿Qué tipo de servicios ofrece?

El lugar cuenta con los servicios de: restaurante, 4 piscinas temáticas, acceso directo al vado del río, canchas deportivas y jardines.

8. ¿Cuál es el precio del servicio?

Poseen tarifas para agencias que la tarifa va desde los \$4 a \$5 dependiendo del grupo, tarifa corporativa que está en \$6 adultos y \$4 los niños y tarifa rack o para el público que está en \$7 adultos y \$5 los niños de 5 años en adelante solo para el acceso a las instalaciones, la alimentación no está dentro del valor ya que este cuenta con platos desde \$2.50 a \$5 dólares.

9. ¿Cuáles son los medios que utiliza para realizar publicidad?

Actualmente están utilizando sobre todo la herramienta de tiktok por las visualizaciones y el alcance que tiene, en segundo Instagram y tercero Facebook con alrededor de 25.000 seguidores, por último, los canales corporativos y mailing, y en proceso está la construcción de la página web.

10. ¿Qué lugares considera que son su principal competencia?

No consideran a ningún establecimiento como competencia, ya que su temática es única tratando de escenificar algo que no rompa con su entorno natural.

11. ¿Las personas con discapacidad física pueden hacer uso de sus instalaciones sin limitaciones?

No, debido a que su acceso es un poco difícil y además por las condiciones del lugar ya que el terreno en el que se sienta el establecimiento tiene una caída es decir siempre es en bajada y lo que dificulta más es que está sobre el chocó andino y la presencia de lluvia es muy frecuente por lo que es difícil mantener e implementar la infraestructura y facilidades requeridas para las personas con discapacidad física.

12. ¿Cree usted que las personas con discapacidad física pueden convertirse en clientes potenciales?

Si es un mercado potencial y por ello el turismo está enfocado a la especialización para satisfacer sus necesidades de forma prioritaria.

13. ¿Cree usted que el turismo aporta a la inclusión social? ¿Por qué?

Es muy difícil que lo haga debido a que nosotros como profesionales explotamos los recursos y olvidamos que debemos también recompensar esos daños generados al entorno. Además, en cuanto a la inclusión social es necesario que en el reglamento turístico exista una política de inclusión de

personas con discapacidad ya que existe accesibilidad muy limitada para ellos en todos los establecimientos.

Institución	Pondo Wasi <i>Lodge</i>
Nombre	Alexis Criollo
Cargo	Gerente
Edad	26 años
Profesión	Administrador de empresas turísticas
Correo	pondowasi@gmail.com

Nota. Entrevista virtual realizada por Jessica Sánchez y Grace Serrano, 2021

1. ¿Cuál es la misión del establecimiento?

Está orientado a brindar un servicio de calidad con variedad de actividades para motivar a los visitantes quedarse por más tiempo.

2. ¿Cuál es su segmento de mercado objetivo?

Anteriormente Pondo Wasi se comercializaba como un laboratorio gastronómico ancestral para instituciones como: escuelas de gastronomía, de turismo e institutos, pero con la llegada de la pandemia esto cambió y el nuevo mercado objetivo son turistas nacionales especialmente de Pichincha e Imbabura.

3. ¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento?

Actualmente son 8 personas las que trabajan en el establecimiento, pero algunas de ellas no son tiempo completo, puede variar por días o por horas dependiendo de la ocupación o necesidades que haya.

4. ¿Los turistas que visitan el establecimiento son nacionales o extranjeros?

Actualmente el mercado ha cambiado a un enfoque nacional.

5. ¿Cuántas personas visitan el establecimiento mensualmente?

Antes de la pandemia se contaba con la llegada alrededor de 300 estudiantes semestralmente, más otros turistas lo que sumaba la presencia de 1800 turistas mensualmente. Pero restaurante 200 mensual actualmente

6. ¿Qué tiempo permanecen los turistas?

Los turistas por lo general permanecen entre 2 a 3 días, desde que se implementaron nuevos servicios incluso 4 días.

7. ¿Qué tipo de servicios ofrece?

-hospedaje

- alimentación
 - camping
 - trekking a Cubilche e Imbabura
 - medicina ancestral: temazcal, yagé
 - spa limpias energéticas, limpieza de los chakras
8. ¿Cuál es el precio del servicio?
- 25 dólares más un desayuno continental, chimenea, aperitivo
 - 18 dólares habitaciones cuádruples con desayuno
9. ¿Cuáles son los medios que utiliza para realizar publicidad?
- Instagram
 - Facebook
 - Twitter
 - Página web
 - Travel Blogger, influencers: lo cual ha dado un resultado muy positivo
10. ¿Qué lugares considera que son su principal competencia?
- La Estelita
- Tunas y cabras
- Hacienda Zuleta
- A pesar de que tienen un enfoque diferente ser mercado y la oferta de servicios adicionales, podrían ser competidores indirectos del establecimiento.
11. ¿Las personas con discapacidad física pueden hacer uso de sus instalaciones sin limitaciones?
- No se encuentra adecuado al 100 %.
12. ¿Cree usted que las personas con discapacidad física pueden convertirse en clientes potenciales?
- Si ya que viajan con acompañantes, y además pueden tener una buena posibilidad de gasto.
13. ¿Cree usted que el turismo aporta a la inclusión social? ¿Por qué?
- Si, ya que también genera una cadena de beneficios, y se enfoca en un mercado que puede llegar a ser muy rentable.

Anexo 5: Entrevistas realizadas a autoridades y representantes de organizaciones con discapacidad física

Nombre	Inés Almeida
Cargo	Activista por los derechos de las personas con discapacidad
Edad	54 años
Profesión	Licenciada en Ciencias Políticas
Correo	inesalmeidaj3@gmail.com

Nota. Entrevista realizada por Grace Serrano, 2021

1. ¿Cómo considera usted la forma en que actualmente se maneja el turismo inclusivo en establecimientos de alojamiento turístico y cuáles son las principales deficiencias?

La constitución en la ley orgánica de vulnerabilidad las personas con discapacidad física están con el derecho de disfrutar la recreación, el turismo y el paseo tanto las personas con discapacidad y demás personas, en los pueblos hay falta de accesibilidad para los discapacitados tanto en transporte, hospedaje, dificulta a que las personas con discapacidad física no puedan disfrutar su derecho al turismo.

2. ¿Cree usted que las personas con discapacidad física tienen motivación para visitar lugares turísticos?

Si, todas las personas tienen motivación, todos somos seres humanos con sueños, con gustos de disfrutar los paisajes gastronomía y naturaleza

3. ¿Qué características son imprescindibles para el desplazamiento y pernoctación para personas con discapacidad física?

Debe existir rampas y libre acceso a habitaciones y pasillos, en comedores, dormitorios, que haya pasajes caminos adecuados para llegar al mar, cuando se hace turismo fuera del país se encuentra estas facilidades, incluso el personal está preparado aquí se carece de eso, y las rebajas de transportes.

4. ¿Podría mencionar cuáles son los beneficios desde el punto de vista turístico de la accesibilidad para personas con discapacidades físicas?

No hay ningún estímulo, lo primero que se encuentra son las barreras arquitectónicas, sin dejar de mencionar que algunos lugares de recreación algo han podido construir

5. ¿Qué estrategias cree usted que sean necesarias para aplicar condiciones de accesibilidad adecuadas para generar interés turístico en personas con discapacidad física?

Más que técnicas se diría que las leyes en turismo nacional, los departamentos de turismo deben aportar más para llamarse turismo accesible.

6. ¿Qué medio de comunicación cree usted pertinente para la promoción de un lugar que desarrolle turismo inclusivo?

Todos los medios de comunicación deberían trabajar en turismo accesible, así como convenios entre los organismos de comunicación y el ministerio de turismo.

Nombre	Marco Salas
Cargo	Concejal del GAD Urcuquí
Edad	57 años
Profesión	Empleado Publico
Correo	marcosalas063@gmail.com

Nota. Entrevista virtual realizada por Jessica Sanchez y Grace Serrano, 2021

1. ¿Cree usted que se está desarrollando un turismo inclusivo en el Cantón?
No tanto ya que, se explota más el turismo del recurso de las termas del lugar, sin embargo, en el turismo inclusivo se realizó adecuaciones en el complejo para personas con discapacidad.
2. ¿Cree usted que el sector hotelero está preparado para atender de forma adecuada a este segmento de mercado?
Actualmente a través del municipio se está poniendo atención en cuanto al cumplimiento de la norma INEN para implementar adecuada accesibilidad.
3. ¿Cómo persona a cargo de la dirección de turismo del cantón o autoridad, han realizado campañas o actividades para dar a conocer a la ciudadanía respecto a la accesibilidad para personas con discapacidad?
Dentro de la ordenanza se hace la socialización y tratando de realizar el cumplimiento de la norma INEN.
4. ¿Han recibido quejas por parte de personas con discapacidad referente a la accesibilidad turística?
No quejas, pero de alguna manera se ha tratado de brindar lo necesario y realizar la socialización, de las ordenanzas.
5. De acuerdo a su experiencia, ¿ha notado que las personas con discapacidad física están motivadas por visitar los sitios turísticos del cantón?
Por supuesto que sí.
6. ¿Qué calificación otorgaría a los establecimientos turísticos en el tema de accesibilidad para personas con discapacidad, en una variable del 1 al 10?
Aún falta mucho por trabajar, pero una calificación de 7 es lo adecuado en cuanto a la accesibilidad

7. ¿Han trabajado mancomunadamente con otras instituciones para fomentar el turismo a personas con discapacidad en el cantón?

Si ya que se ha trabajado también con el apoyo de algunas organizaciones

- FENEDIF (Federación Nacional de ecuatorianos con Discapacidad Física.
- Red Latinoamericana de Discapacitados.

Nombre	Alejandro Flores
Cargo	Dirigente de la Asociación Venciendo barreras
Edad	26 años
Profesión	Bachiller

Nota. Entrevista virtual realizada por Jessica Sanchez y Grace Serrano, 2021

1. ¿Cómo considera usted la forma en que actualmente se maneja el turismo inclusivo en establecimientos de alojamiento turístico y cuáles son las principales deficiencias?

Yo creo que la principal deficiencia es la baja seguridad que las personas que hacen turismo inclusivo aún no están preparadas para concientizar y socializar en que consiste porque los derechos son para todos.

2. ¿Cree usted que las personas con discapacidad física tienen motivación para visitar lugares turísticos?

Sí, porque también es beneficio para la salud, por distraerse por conocer cosas diferentes a las de la ciudad.

3. ¿Qué características son imprescindibles para el desplazamiento y pernoctación para personas con discapacidad física?

La adecuación que está hecha para las personas con discapacidad de acuerdo a las leyes del INEN.

4. ¿Podría mencionar cuáles son los beneficios desde el punto de vista turístico de la accesibilidad para personas con discapacidades físicas?

Tener las mismas oportunidades y conocer nuevos lugares y vivir nuevas experiencias.

5. ¿Qué estrategias cree usted que sean necesarias para aplicar condiciones de accesibilidad adecuadas para generar interés turístico en personas con discapacidad física?

El espacio adecuado, infraestructura, fácil de llegar, desplazamiento, circulación normal según el espacio.

6. ¿Qué medio de comunicación cree usted pertinente para la promoción de un lugar que desarrolle turismo inclusivo?

El transporte que sea adecuado para transportar a las personas con discapacidad, la radio, el programa que ellos siguen para que la gente se interese más, afiches.

Anexo 6: Fotografías aplicación de encuestas



Encuesta aplicada por medio de la plataforma Forms a turistas (muestra 1)



Encuesta aplicada de forma presencial a los integrantes de la Asociación Venciendo Barreras (muestra 2)

Anexo 7: Fotografías aplicación de entrevistas



Entrevistas a la competencia de izquierda a derecha, representante de: Hacienda Chachimbiro (María Fernanda Torres), Hostería y Spa Pantavi (Juliette Fernández) y Guanabana Republic (Diego Guacán).



Entrevistas de izquierda a derecha, Sr. Alejandro Flores representante de la Asociación Venciendo Barreras y Sr. Marco Salas concejal del GADM Urcuquí.

	Nombre del plato:	Americano		Código	Ame-1
	Fecha:	10 de mayo del 2021		# de pax Yield	18
				Clasificación	Desayuno
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Agua	Litro	4,5
100,0%	Leche	Litro	4,5	0,50	2,25
800,0%	Café/chocolate	Cucharadita	36	0,05	1,76
1200,0%	Azúcar	Cucharadita	54	0,02	0,81
400,0%	Queso	Rodaja	18	0,10	1,80
400,0%	Huevos	Unidad	18	0,08	1,35
400,0%	Jamón o tocino	Rodaja	18	0,08	1,44
400,0%	Pan	Unidad	18	0,10	1,80
400,0%	Fruta	Porción	18	0,12	2,16
12000,0%	Mantequilla	Gramos	540	0,004	2,16
100,0%	Jugo cítrico	Litro	4,5	0,50	2,25
					0,00
					0,00
					0,00
					0,00
Costo total alimentos					17,78
Costo por pax					0,99
% Respaldo					0,89
Costo por porción					1,04
Beneficio bruto %				67	
PVP porción sin iva					3,14
Iva				0,38	
PVP teórico					3,52
Factor multiplicador				3,03	3,14
Margen bruto de ganancia				2,11	
Food and Beverage cost %				33	

b) Entradas

%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
					Entrada
100,0%	Atún	Lata	1,5	1,190	1,79
0,5%	Cebolla blanca	Unidad	1	0,100	0,10
0,5%	Arvejas	Libra	1	1,000	1,00
0,5%	Choclo	Libra	1	1,000	1,00
1,4%	Zanahoria	Unidad	3	0,100	0,30
0,9%	Huevo	Unidad	2	0,150	0,30
0,9%	Tomate	Unidad	2	0,100	0,20
4,1%	Aguacate maduro	Unidad	9	0,300	2,70
0,9%	Limón	Unidad	2	0,100	0,20
0,45%	Lechuga	Unidad	1	0,300	0,30
0,45%	Salsa rosada	Unidad	1	1,200	1,20
0,45%	Perejil	Cucharada	1	0,050	0,05
45,45%	Sal	Gramos	100	0,002	0,15
22,73%	Pimienta	Gramos	50	0,0020	0,10
Costo total alimentos					9,39
Costo por pax					0,52
% Respaldo					0,47
Costo por porción					0,55
Beneficio bruto %				67	
PVP porción sin iva					1,66
Iva				0,20	
PVP teórico					1,86
Factor multiplicador				3,03	1,66
Margen bruto de ganancia				1,11	
Food and Beverage cost %				33	

b) Sopas

	Nombre del plato:	Caldo de gallina criolla		Código	Cal-1
	Fecha:	10 de mayo del 2021		# de pax Yield	18
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Clasificación	Sopa
				Costo U	Costo Total
100,0%	Gallina criolla	Unidad	18	1,500	27,00
50,0%	Papas	Libra	9	0,300	2,70
5,6%	Cebolla	Atado	1	0,750	0,75
1666,7%	Sal	Gramo	300	0,001	0,30
27,8%	Ajo	Onza	5	0,010	0,05
27,8%	Perejil	Gramo	5	0,010	0,05
5,6%	Cilantro	Atado	1	0,250	0,25
22,2%	Zanahoria	Unidad	4	0,100	0,40
16,7%	Vainita	Atados	3	0,500	1,50
27,8%	Comino	Gramo	5	0,010	0,05
55,6%	Agua	Litro	10
					0,00
					0,00
					0,00
					0,00
Costo total alimentos					33,05
Costo por pax					1,84
% Respaldo					1,65
Costo por porción					1,93
Beneficio bruto %				67	
PVP porción sin iva					5,84
Iva				0,70	
PVP teórico					6,54
Factor multiplicador				3,03	5,84
Margen bruto de ganancia				3,91	
Food and Beverage cost %				33	

	Nombre del plato:	Locro de papa		Código	Loc-1
	Fecha:	19 de Julio del 2019		# de pax Yield	18
				Clasificación	Sopa
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Papas	Libra	6	0,370	2,22
1000,0%	Mantequilla	Gramo	180	0,015	2,70
700,0%	Achiote	Mililitro	126	0,012	1,51
700,0%	Aceite	Mililitro	126	0,014	1,76
38,9%	Sal	Onza	7	0,025	0,18
16,7%	Cebolla colorada	Unidades	3	0,150	0,45
38,9%	Ajo	Unidades	7	0,050	0,35
5,6%	Comino	Onzas	1	0,350	0,35
2,8%	Leche	Litro	0,5	0,800	0,40
5,56%	Pimienta	Onza	1	0,250	0,25
8,33%	Queso fresco	Unidad	1,5	2,500	3,75
50,00%	Aguacate	Unidad	9	0,333	3,00
33,33%	Cebolla blanca	Unidad	6	0,200	1,20
					0,00
					0,00
Costo total alimentos					18,12
Costo por pax					1,01
% Respaldo					0,91
Costo por porción					1,06
Beneficio bruto %				67	
PVP porción sin iva					3,20
Iva				0,38	
PVP teórico					3,59
Factor multiplicador				3,03	3,20
Margen bruto de ganancia				2,15	
Food and Beverage cost %				33	

	Nombre del plato:	Fritada		Código	Fri-1
	Fecha:	10 de mayo del 2021		# de pax Yield	18
				Clasificación	Plato fuerte
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Carne de chancho	Gramo	3960	0,007	28,91
11,4%	Manteca de chancho	Gramo	450	0,003	1,44
11,4%	Cerveza	Mililitro	450	0,002	0,90
2,3%	Dientes de ajo	Gramo	90	0,006	0,50
2,3%	Cebolla blanca	Gramo	90	0,001	0,09
2,3%	Cebolla paiteña	Gramo	90	0,001	0,09
3,6%	Apio hojas	Gramo	144	0,001	0,20
2,3%	Pimiento rojo	Gramo	90	0,003	0,23
1,4%	Ají rojo	Gramo	54	0,002	0,09
1,8%	Cilantro	Gramo	72	0,001	0,04
1,8%	Perejil	Gramo	72	0,003	0,22
0,5%	Pimienta negra molida	Gramo	18	0,004	0,07
0,9%	Comido molino	Gramo	36	0,006	0,22
1,4%	Sal	Gramo	54	0,0060	0,32
36,4%	Papa chola pelada	Gramo	1440	0,0011	1,58
0,5%	Sal	Gramo	18	0,0060	0,11
0,5%	Achiote pepa	Gramo	18	0,0040	0,07
1,4%	Cebolla blanca picada	Gramo	54	0,0013	0,07
5,5%	Queso fresco desmenuzado	Gramo	216	0,0048	1,04
2,3%	Manteca de chancho	Gramo	90	0,0032	0,29
9,1%	Maduro	Gramo	360	0,0010	0,36
11,4%	Aguacate	Gramo	450	0,0044	1,98
6,8%	Chochos	Gramo	270	0,0028	0,76
4,5%	Tomate cherry	Gramo	180	0,0046	0,83
4,5%	Cebolla paiteña	Gramo	180	0,0010	0,18
4,5%	Limón sutil	Mililitro	180	0,0038	0,68
Costo total alimentos					41,27
Costo por pax					2,29
% Respaldo					2,06
Costo por porción					2,41
Beneficio bruto %				67	
PVP porción sin iva					7,29
Iva				0,88	
PVP teórico					8,17
Factor multiplicador				3,03	7,29
Margen bruto de ganancia				4,89	
Food and Beverage cost %				33	

	Nombre del plato:	Papas con cuy		Código	Cuy-1
	Fecha:	10 de mayo del 2021		# de pax Yield	18
				Clasificación	Plato Fuerte
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Cuy	Unidad	18	2,000	36,00
600,0%	Papas	Libra	6	0,300	1,80
200,0%	Lechuga	Unidad	2	0,250	0,50
600,0%	Cebolla colorada	Unidad	6	0,100	0,60
600,0%	Tomate	Unidad	6	0,100	0,60
200,0%	Cilantro	Onza	2	0,010	0,02
30000,0%	Sal	Gramos	300	0,001	0,30
50000,0%	Aceite	Mililitro	500	0,002	1,15
300,0%	Ajo	Onza	3	0,010	0,03
300,00%	Perejil	Onza	3	0,010	0,03
300,00%	Limón	Unidad	3	0,0300	0,09
5000,00%	Achiote	Mililitro	50	0,007	0,35
					0,00
					0,00
					0,00
Costo total alimentos					41,47
Costo por pax					2,30
% Respaldo					2,07
Costo por porción					2,42
Beneficio bruto %				67	
PVP porción sin iva					7,33
Iva				0,88	
PVP teórico					8,21
Factor multiplicador				3,03	7,33
Margen bruto de ganancia				4,91	
Food and Beverage cost %				33	

	Nombre del plato:	Dulce de higo con queso		Código	Hig-1
	Fecha:	10 de mayo del 2021		# de pax Yield	18
				Clasificación	Postre
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Higo	Unidad	18	0,100	1,80
33,3%	Agua	Litro	6
5,6%	Panela	Unidad	1	1,500	1,50
55,6%	Canela	Rodaja	10	0,025	0,25
5,6%	Queso fresco	Unidad	1	3,000	3,00
					0,00
					0,00
		Costo total alimentos			6,55
		Costo por pax			0,36
		% Respaldo			0,33
		Costo por porción			0,38
		Beneficio bruto %		67	
		PVP porción sin iva			1,16
		Iva		0,14	
		PVP teórico			1,30
		Factor multiplicador		3,03	1,16
		Margen bruto de ganancia		0,78	
		Food and Beverage cost %		33	

