

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



**“DISEÑO DE UN LODGE BASADO EN LA NACIONALIDAD CHACHI PARA CONTRIBUIR AL FORTALECIMIENTO DEL TURISMO LOCAL EN EL RECINTO LA NUEVA ESPERANZA, PUERTO QUITO, PICHINCHA, ECUADOR”.**

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

**AUTORAS:**

Amparo Estefanía Garzón Chicaiza

Julissa Marina Rodríguez Gómez

**DIRECTOR:**

Galo Oswaldo Echeverría Cachipundo Msc.

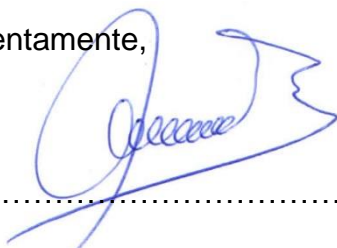
Ibarra - 2022

## A. APROBACIÓN DIRECTOR TRABAJO DE GRADO

En calidad de Director del Trabajo de Grado **“DISEÑO DE UN LODGE BASADO EN LA NACIONALIDAD CHACHI PARA CONTRIBUIR AL FORTALECIMIENTO DEL TURISMO LOCAL EN EL RECINTO LA NUEVA ESPERANZA, PUERTO QUITO, PICHINCHA, ECUADOR”**, realizado por las señoritas: Garzón Chicaiza Amparo Estefanía, portadora de la cédula número: 105045436-0; y la señorita Rodríguez Gómez Julissa Mariana, portadora de la cédula número: 235033170-4, previo a la obtención del título de Licenciados en Turismo.

Una vez concluida la fase investigativa, doy fe que este documento reúne los requisitos y virtudes suficientes para ser sustentado públicamente ante un tribunal evaluador.

Atentamente,

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

Galo Oswaldo Echeverría  
DIRECTOR

**Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad Técnica  
del Norte**

**1. Identificación de la obra**

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

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	<b>DE</b>	105045436-0	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	<b>Y</b>	Garzón Chicaiza Amparo Estefanía	
<b>DIRECCIÓN:</b>		Alpachaca, Guayaquil 29-28 y Machala.	
<b>EMAIL:</b>		aegarzonc@utn.edu.ec	
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	----	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0990712036
<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	<b>DE</b>	2350331704	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	<b>Y</b>	Rodríguez Gómez Julissa Marina	
<b>DIRECCIÓN:</b>		Ibarra, Arturo Hidalgo Rivadeneira 3-24	
<b>EMAIL:</b>		<a href="mailto:jmrodriguezg@utn.edu.ec">jmrodriguezg@utn.edu.ec</a>	
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	-----	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0959959697

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	“DISEÑO DE UN LODGE BASADO EN LA NACIONALIDAD CHACHI PARA CONTRIBUIR AL FORTALECIMIENTO DEL TURISMO LOCAL EN

	EL RECINTO LA NUEVA ESPERANZA, PUERTO QUITO, PICHINCHA, ECUADOR´´.
<b>AUTOR (ES):</b>	Garzón Estefanía y Rodríguez Julissa
<b>FECHA: DD/MM/AAAA</b>	16-09-2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	Licenciatura en Turismo
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Msc. Echeverría Cachipuendo Galo Oswaldo

## 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 esta y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 20 días del mes de septiembre de 2022.

**EL AUTOR:**

.....  
Estefanía Garzón

.....  
Rodríguez Julissa

### **Dedicatoria**

El presente trabajo de grado es dedicado a la nacionalidad Chachi, que ha demostrado ser un pueblo con gran riqueza cultural. Es grato haber tenido la oportunidad de conocer a personas humildes y trabajadoras pertenecientes a Naranjal de los Chachis, quienes compartieron con nosotras las costumbres y tradiciones que aún están latentes en su comunidad. Esperando que este trabajo permita dar a conocer más sobre la riqueza de dicho pueblo y la biodiversidad con la que cuenta el Cantón Puerto Quito y el Ecuador en general.

Estefanía Garzón, Julissa Rodríguez

## **Agradecimiento**

Quiero expresar mi gratitud a mis padres que, con sus palabras de aliento y su apoyo incondicional me han motivado a dar todo mi esfuerzo, de igual manera a mis hermanos que, siempre me han ofrecido su ayuda y brindado cariño, a mi pareja gracias por enseñarme con tanto amor que no importa lo mucho o poco que nos ofrece la vida, sino lo que nosotros como personas de bien podemos ofrecer.

Mi profundo agradecimiento a las autoridades, personal y académicos de la Universidad Técnica del Norte, especialmente a los docentes de la carrera de Turismo que, en aproximadamente cuatro años me orientaron, apoyaron y compartieron sus conocimientos conmigo. Agradezco de manera personal a los docentes directores y tutora de tesis, quienes con mucha paciencia y dedicación aportaron en la culminación de este trabajo.

Estefanía Garzón

Al finalizar una etapa tan significativa en mi vida quiero extender un profundo agradecimiento a quienes hicieron de este proceso un mundo de experiencia. A mi madre que con su sacrificio y amor incondicional me motivo a siempre ser mejor, a mi madre biológica por estar presente y orgullosa de todos mis logros, a mis hermanos que siempre me han considerado un ejemplo a seguir y con ello me motivan a ser aún mejor, a mi pareja que durante todo este proceso siempre estuvo brindándome su ayuda incondicional; muchas gracias a ustedes por demostrarme que todo gran esfuerzo tiene sus frutos.

Mi gratitud también a la Universidad Técnica del Norte que día a día forma profesionales de excelencia. Mi agradecimiento sincero a mi asesora de tesis, y a cada uno de los docentes que formaron parte de mi formación como profesional.

Julissa Rodríguez

## Tabla de contenido

A. APROBACIÓN DIRECTOR TRABAJO DE GRADO .....	II
Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad Técnica del Norte	III
Dedicatoria.....	V
Agradecimiento .....	VI
CAPITULO I:.....	16
1. DIAGNÓSTICO.....	16
1.1 Determinación y justificación del problema .....	16
1.1.1 Objetivo General.....	18
1.1.2 Objetivos Específicos .....	18
1.2 Propuesta de la idea de negocios .....	19
1.3 Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios.....	20
1.4 Factores que intervienen en el inicio de la idea de negocio.....	22
1.4.1 Situación del macro ambiente.....	22
1.5 Matriz Diagnóstica.....	24
CAPÍTULO II:.....	29
2. Fundamentación Teórica .....	29
2.1 Fundamentos teóricos.....	29
2.1.1 Turismo .....	29
2.1.2 Lodge .....	33
2.1.3 Nacionalidad Chachi.....	33
2.1.4 Estudio de factibilidad.....	34
2.2 Fundamentación metodológica .....	47
2.2.1 Metodología de la investigación.....	47
2.3 Fundamentación legal de la propuesta.....	49
CAPÍTULO III:.....	59
3. PROPUESTA.....	59

3.1	Estudio de mercado .....	59
3.1.1	Tipo de muestreo y cálculo de la muestra.....	59
3.1.2	Instrumentos de recolección .....	62
3.1.3	Resultados y discusión .....	63
3.1.4	Segmentación de mercados .....	87
3.1.5	Clientes .....	89
3.1.6	Análisis de la demanda.....	90
3.1.7	Análisis de la oferta .....	91
3.1.8	Experiencias similares a nivel local/nacional.....	93
3.1.9	Demanda insatisfecha .....	94
CAPÍTULO IV:.....		97
4.	Estudio Técnico .....	97
4.1	Localización .....	97
4.1.1	Macrolocalización .....	97
4.1.2	Micro localización .....	102
4.2	Capacidad instalada.....	106
4.3	Ingeniería del proyecto.....	110
4.3.1	Productos y procesos .....	110
4.3.2	Maquinaria y Equipo .....	118
4.3.3	Materia prima e insumos .....	123
4.3.4	Personal .....	139
4.3.5	Requerimientos específicos del proyecto.....	139
4.4	Inversión inicial .....	151
4.4.1	Obra civil necesaria .....	151
4.4.2	Total de la inversión.....	152
CAPITULO V:.....		154



5.	Estudio Administrativo.....	154
5.1	Estructura organizativa y administrativa .....	154
5.1.1	Misión .....	154
5.1.2	Visión.....	154
5.1.3	Políticas de la empresa .....	154
5.1.4	Valores .....	155
5.1.5	Marca e imagen corporativa .....	155
5.1.6	Organigrama estructural .....	157
5.1.7	Organigrama funcional .....	158
5.1.8	Manual de funciones.....	159
5.1.9	Flujograma de actividades .....	175
5.1.10	Descripción del diagrama de flujo.....	178
5.1.11	Constitución de la empresa .....	180
5.2	Propuesta comercial .....	185
5.2.1	Nombre comercial de la empresa .....	185
5.2.2	Canales de distribución .....	185
5.2.3	Publicidad .....	187
5.2.4	Paquetes .....	189
5.2.5	Promoción de ventas .....	195
5.2.6	Investigación y análisis de estrategias y métodos de mercadeo más apropiadas a utilizar .....	195
	CAPITULO VI:.....	199
6.	Estudio Ambiental .....	199
6.1	Descripción de las etapas y sus respectivas actividades del emprendimiento.....	199
6.2	Determinación de la metodología.....	199

6.3	Identificación, evaluación y jerarquización de los impactos .....	205
6.4	Matrices de evaluación .....	206
6.4.1	Identificación.....	206
6.4.2	Matriz de interacción.....	207
6.4.3	Evaluación método CRI en base a los componentes.....	210
6.4.4	Jerarquización .....	214
6.5	Matriz de plan de manejo ambiental.....	216
CAPITULO VII:.....		221
7.	Estudio Financiero .....	221
7.1	Inversiones y capital de trabajo .....	221
7.1.1	Capital de trabajo .....	221
7.2	Estados Financieros Proyectado.....	224
7.2.1	Balance de situación inicial.....	224
7.2.2	Tabla de amortización .....	225
7.2.3	Costo de capital.....	226
7.2.4	Flujo de caja del año 1.....	227
7.2.5	Flujo proyectado .....	229
7.2.6	Análisis y Evaluación Financiera (VAN y TIR).....	230
7.2.7	Punto de equilibrio.....	231
Conclusiones .....		233
Recomendaciones .....		236
Referencias.....		238
Anexos.....		248
	Anexo 1 Reporte URKUND .....	248
	Anexo 2 Árbol de problemas .....	249
	Anexo 3 Matriz diagnóstica.....	250

Anexo 4 Imagen del terreno .....	255
Anexo 5 Imagen de la comunidad Naranjal de los Chachis .....	255
Anexo 6 Estructura de encuesta.....	256
Anexo 7 Estructura de la entrevista .....	261

## **Tablas**

<b>Tabla 1</b> Fundamentación legal.....	49
<b>Tabla 2</b> Feriados en la provincia de Pichincha.....	60
<b>Tabla 3</b> Demanda potencial para el Lodge .....	90
<b>Tabla 4</b> Atractivos turísticos cercanos al emprendimiento .....	92
<b>Tabla 5</b> Oferta similar .....	93
<b>Tabla 6</b> Competencia.....	94
<b>Tabla 7</b> Dimensiones del alojamiento .....	107
<b>Tabla 8</b> Estándares generales de mesas y sillas .....	109
<b>Tabla 9</b> Dimensiones para las actividades .....	110
<b>Tabla 10</b> Descripción del proceso productivo del servicio de alimentación ....	113
<b>Tabla 11</b> Diseño planimétrico de la planta .....	115
<b>Tabla 12</b> Requerimiento maquinaria y equipo.....	118
<b>Tabla 13</b> Requerimiento equipo y mobiliario .....	120
<b>Tabla 14</b> Requerimiento equipo de oficina.....	121
<b>Tabla 15</b> Requerimiento equipo de computación .....	122
<b>Tabla 16</b> Requerimiento menaje y lencería.....	123
<b>Tabla 17</b> Insumos .....	126
<b>Tabla 18</b> Suministros de oficina .....	128
<b>Tabla 19</b> Insumos para menú .....	129
<b>Tabla 20</b> Materia prima.....	138
<b>Tabla 21</b> Número de empleados.....	139
<b>Tabla 22</b> Especificaciones del servicio de alojamiento en el Lodge .....	141
<b>Tabla 23</b> Especificaciones de las actividades en el Lodge.....	141
<b>Tabla 24</b> Características de las cabañas .....	143
<b>Tabla 25</b> Menú general.....	147

<b>Tabla 26</b>	Construcción y adecuación .....	152
<b>Tabla 27</b>	Total de inversión.....	153
<b>Tabla 28</b>	Paquete dos días una noche .....	189
<b>Tabla 29</b>	Paquete tres días dos noches.....	192
<b>Tabla 30</b>	Promociones .....	195
<b>Tabla 31</b>	Estrategias de mercadeo .....	196
<b>Tabla 32</b>	Simbología.....	200
<b>Tabla 33</b>	Extensión.....	201
<b>Tabla 34</b>	Duración .....	201
<b>Tabla 35</b>	Factores magnitud .....	202
<b>Tabla 36</b>	Reversibilidad .....	202
<b>Tabla 37</b>	Riesgo .....	203
<b>Tabla 38</b>	Factores del VIA .....	203
<b>Tabla 39</b>	Pesos relativos .....	204
<b>Tabla 40</b>	Significado .....	204
<b>Tabla 41</b>	Medio potencialmente afectado .....	205
<b>Tabla 42</b>	Matriz de interacción .....	207
<b>Tabla 43</b>	Evaluación componente físico.....	210
<b>Tabla 44</b>	Evaluación componente biótico.....	211
<b>Tabla 45</b>	Evaluación componentes socioeconómico y cultural.....	212
<b>Tabla 46</b>	Jerarquización .....	214
<b>Tabla 47</b>	Plan de manejo.....	216
<b>Tabla 48</b>	Permisos de funcionamiento .....	221
<b>Tabla 49</b>	Sueldos de trabajadores .....	221
<b>Tabla 50</b>	Servicios básicos .....	222
<b>Tabla 51</b>	Gastos Marketing.....	222
<b>Tabla 52</b>	Simulador Produbanco.....	223
<b>Tabla 53</b>	Estado inicial.....	224
<b>Tabla 54</b>	Amortización .....	225
<b>Tabla 55</b>	Costo de capital .....	226
<b>Tabla 56</b>	Flujo de caja año uno.....	227
<b>Tabla 57</b>	Flujo proyectado .....	229

<b>Tabla 58</b> VAN Y TIR .....	230
<b>Tabla 59</b> Punto de equilibrio .....	231

## Figuras

<b>Figura 1</b> Establecimientos de hospedaje .....	64
<b>Figura 2</b> Establecimientos y preferencias de viaje .....	64
<b>Figura 3</b> Establecimientos y género .....	65
<b>Figura 4</b> Edad con preferencia de viaje y promedio de ingresos .....	66
<b>Figura 5</b> Edad y ocupación.....	66
<b>Figura 6</b> Número de integrantes en el grupo familiar .....	67
<b>Figura 7</b> Establecimientos con tiempo promedio de hospedaje .....	68
<b>Figura 8</b> Ciudades emisoras de turismo .....	68
<b>Figura 9</b> Establecimiento y ciudades emisoras de turismo .....	69
<b>Figura 10</b> Preferencia de alojamiento en entornos naturales.....	70
<b>Figura 11</b> Importancia del turismo sostenible .....	70
<b>Figura 12</b> Alojamiento Lodge.....	71
<b>Figura 13</b> Actividades recreativas.....	72
<b>Figura 14</b> Establecimientos de hospedaje con actividades recreativas .....	72
<b>Figura 15</b> Precio dispuesto a pagar.....	73
<b>Figura 16</b> Precio con ingresos promedio .....	74
<b>Figura 17</b> Forma de pago.....	74
<b>Figura 18</b> Aplicaciones para buscar alojamiento .....	75
<b>Figura 19</b> Modalidades de turismo .....	76
<b>Figura 20</b> Alternativas ecológicas.....	76
<b>Figura 21</b> Temática nacionalidad Chachi.....	77
<b>Figura 22</b> Macro localización.....	97
<b>Figura 23</b> Límites del cantón Puerto Quito .....	98
<b>Figura 24</b> Micro localización.....	102
<b>Figura 25</b> Organigrama estructural.....	157
<b>Figura 26</b> Organigrama funcional .....	158
<b>Figura 27</b> Flujograma de reserva.....	175
<b>Figura 28</b> Flujograma de servicio de alojamiento .....	176
<b>Figura 29</b> Flujograma de servicio de restaurante.....	177
<b>Figura 30</b> Página de Facebook .....	187
<b>Figura 31</b> Página de Instagram .....	188

<b>Figura 32</b> Publicidad para paquete uno .....	191
<b>Figura 33</b> Publicidad para paquete dos .....	194
<b>Figura 34</b> Punto de equilibrio.....	232

## RESUMEN EJECUTIVO

En el presente trabajo se establece la factibilidad de la implementación de un *Lodge* basado en la nacionalidad Chachi como negocio que contribuirá al turismo local del recinto Nueva Esperanza en el cantón Puerto Quito de Pichincha, Ecuador. El servicio principal es el hospedaje en cabañas complementado con gastronomía, actividades culturales y recreativas, todo con un enfoque en la identidad de la nacionalidad Chachi. La misión es brindar calidad que asegure el disfrute de los huéspedes durante su estancia con personal capacitado e instalaciones adecuadas. La visión es convertirse en un hospedaje reconocido a nivel provincial, con presencia en el cantón Puerto Quito, buscando superar las expectativas de los visitantes. Para esto el emprendimiento se centra en presentar un nuevo tipo de alojamiento en el recinto la Nueva Esperanza de Puerto Quito, ofertando hospedaje con cabañas para familias y parejas brindando actividades de recreación como; cabalgatas, senderismo, pesca deportiva y actividades culturales. Además, servicio de alimentación en un restaurante con capacidad para 44 personas. Con un enfoque sostenible para el funcionamiento de “Chabanbi *Lodge*” se dan a conocer alternativas de mitigación para los posibles impactos que se presenten. Para poder cumplir con esto es necesaria una inversión de \$126.019,17 y en el año cuatro con un flujo acumulado de \$143.765,61 se recupera la inversión, estos datos se ven reflejados en el capítulo cinco de este documento. En consecuencia, se concluye que el emprendimiento es factible después de realizar el estudio de mercado, financiero y ambiental, los resultados son positivos y cercanos a la realidad, lo cual nos da un vistazo relevante de la implementación del hospedaje.

Palabras clave: Lodge – Chachi – cabañas – calidad – cultura – recreación



## **ABSTRACT**

This paper establishes the feasibility of implementing a lodge based on the Chachi nationality as a business that will contribute to local tourism in the Nueva Esperanza area in the Puerto Quito canton of Pichincha, Ecuador. The main service is lodging in cabins complemented with gastronomy, cultural and recreational activities, all with a focus on the identity of the Chachi nationality. The mission is to provide quality that ensures the enjoyment of guests during their stay with trained staff and adequate facilities. The vision is to become a recognised lodging at the provincial level, with a presence in the canton of Puerto Quito, seeking to exceed the expectations of visitors. For this, the venture focuses on presenting a new type of accommodation in the New Hope of Puerto Quito, offering accommodation with cabins for families and couples offering recreational activities such as horseback riding, hiking, sport fishing and cultural activities. In addition, food service in a restaurant with capacity for 44 people. With a sustainable approach to the operation of "Chabanbi Lodge", mitigation alternatives for the possible impacts that may arise are presented. In order to achieve this, an investment of \$126,019.17 is necessary and in year four, with an accumulated flow of \$143,765.61, the investment is recovered, this data is reflected in chapter five of this document. Consequently, it is concluded that the enterprise is feasible after carrying out the market, financial and environmental study, the results are positive and close to reality, which gives us a relevant glimpse of the implementation of the lodging.

Key words: Lodge – Chachi – cabins – quality – culture – recreation

## CAPITULO I:

### 1. DIAGNÓSTICO

#### 1.1 Determinación y justificación del problema

El presente emprendimiento tiene como problema central la insuficiente dinámica del sector turístico en el recinto Nueva Esperanza, Puerto Quito; una de sus causas es la limitada promoción del turismo; debido a la débil gestión de los actores sociales involucrados en el desarrollo turístico, en consecuencia, la población se ve limitada a sustentarse con las actividades económicas de agricultura y ganadería (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010); no obstante, su ubicación presenta condiciones para el desarrollo de la actividad turística lo cual podría ser una oportunidad para la creación de nuevas fuentes de empleo, se considera esta una razón conveniente porque desde los 80's el turismo apoya considerablemente crecimiento de un territorio (González, Echeverría y Ramírez, 2020).

Otra causa por considerar es el mal estado en las vías de acceso, debido a esto existen altos costos de desplazamiento; en efecto, la afluencia de visitantes es reducida, además es necesario un desarrollo amplio en lo que respecta a infraestructura turística. Por consiguiente, existe un limitado intercambio cultural en el entorno. De acuerdo con lo expuesto anteriormente, se propone el diseño de un *Lodge* para crear un ambiente dinámico en el recinto la Nueva Esperanza; este es un alojamiento con una infraestructura de habitación o cabañas, su principal característica es estar ubicado en entornos naturales (Ministerio de Turismo, 2016). Es así como se plantea que implementando un establecimiento de este modelo en el lugar podría ayudar a desarrollar la económica del sector al necesitar o adquirir diversos productos del recinto para el consumo y producción de alimentos en el emprendimiento. También, la

categorización permite realizar actividades de recreación, por ende, se impulsaría a desarrollar el desempeño y especialización de los pobladores en el ámbito turístico.

Además, el *Lodge* contará con un enfoque sostenible para el fortalecimiento del Turismo Local y el cuidado del medio ambiente, el emprendimiento es una opción viable para la creación de fuentes de empleo en el recinto Nueva Esperanza y los recintos aledaños; de esta forma lo que se busca es evitar que la población solo se base en actividades como la agricultura y ganadería. La agricultura por su parte provoca erosión a causa de los monocultivos de cacao y palma africana y la ganadería por otra parte, es la causante de deforestación y desechos, los mismos que requieren de un manejo especial, el cual no se realiza por parte de los partícipes ni es brindado por las autoridades.

De igual forma al implementar el emprendimiento la afluencia de visitantes podría crecer con la nueva oferta turística. Por consiguiente, contribuirá al intercambio cultural, por ejemplo; dar a conocer la marimba puerto quiteña representada por los grupos tradicionales de marimba del cantón Puerto Quito. Del mismo modo aporta a la conservación del Patrimonio Cultural Inmaterial; también puede atraer la atención de financiación privada para nuevos proyectos turísticos en la zona, lo cual elevaría el valor de las propiedades e impulsaría aún más al desarrollo económico y social del entorno.

### 1.1.1 Objetivo General

Diseñar un *Lodge* basado en la nacionalidad Chachi para contribuir al fortalecimiento del turismo local en el recinto la Nueva Esperanza, Puerto Quito, Pichincha, Ecuador.

### 1.1.2 Objetivos Específicos

- Establecer la situación actual en base a la matriz diagnóstica que permita identificar las problemáticas del sector turístico en el Recinto la Nueva Esperanza, Puerto Quito, Pichincha, Ecuador.
- Definir la oferta y la demanda mediante un estudio de mercado que permita conocer los distintos nichos.
- Implantar las características de la empresa turística mediante un estudio técnico.
- Identificar estrategias de comercialización y marketing para la empresa.
- Determinar los posibles efectos ambientales, sociales y culturales del proyecto mediante un estudio de impacto ambiental.
- Evidenciar la factibilidad del proyecto mediante un estudio económico y financiero para conocer la rentabilidad que podría tener a futuro el proyecto.

## 1.2 Propuesta de la idea de negocios

Ecuador cuenta con una posición privilegiada gracias a su biodiversidad; se encuentra entre los 17 países con mayor diversidad biológica en el mundo. Es el primer país con biodiversidad relativa, es decir, por el número de especies en relación con la unidad de superficie (Baez, 2019). Es así como Ecuador es denominado el país de “Los cuatro mundos” gracias a esto es el destino ideal para realizar ecoturismo.

De esta manera el presente proyecto propone el planteamiento teórico del diseño de un *Lodge* basado en la nacionalidad Chachi en el recinto la Nueva Esperanza, Puerto Quito, Pichincha, Ecuador. Esta idea cambia el concepto de alojamiento común en el cantón Puerto Quito, que busca simplemente prestar el servicio de alojamiento al turista, el *Lodge* que se plantea diseñar muestra características que lo hacen único en el servicio de alojamiento, debido a que su infraestructura se presenta principalmente de *Saccharum Officinarum*, habitualmente conocido como árbol de caña, al igual que de *Tabebuia Chrysantha* conocido como guayacán siendo esta una de las maderas más resistentes. La infraestructura del *Lodge* está pensado para causar el menor impacto ambiental buscando un alojamiento con alternativas sostenibles, sin dejar de lado la comodidad de los turistas en sus instalaciones.

Se presenta también la instalación de baño en seco en cada una de las cabañas. Vidal (2015) menciona que el baño seco “...en su forma más desarrollada, dispone de una cámara de fermentación bajo él, capaz de contener heces durante largo tiempo, y consta de un sistema de ventilación para permitir el secado y fermentación de la materia orgánica” (párr. 3). Tal que en un periodo los residuos que fueron compostados se pueden utilizar como abono en plantas o deshacerse en la naturaleza sin presentar un problema a la salud y ayudando a la reducción del uso de agua.

La idea de esta propuesta surge de la necesidad de dinamizar el turismo en el recinto la Nueva Esperanza de Puerto Quito, al igual que prestar un servicio de alojamiento de calidad. El *Lodge* dentro de sus servicios plantea medidas de bioseguridad para el COVID-19, buscando salvaguardar la salud de los turistas, mediante el uso de: gel desinfectante, mascarillas, alcohol antiséptico, desafección de las cabañas, etc. Cabe resaltar que los servicios que se prestarán en el *Lodge* se verán enfocados en la sostenibilidad, brindando alternativas que resulten confortables y auténticas; se presenta al visitante un espacio fuera de las demandas de la vida cotidiana en las ciudades para envolverlo con el espíritu de la naturaleza, de esta manera también se busca educar a los turistas sobre las áreas naturales y la importancia del aporte personal al cuidado del medio ambiente.

Por otra parte, el *Lodge* estará basado en la nacionalidad Chachi. Mantilla & Hernández (2019) argumenta que “la nacionalidad chachi define a un conjunto de personas indígenas cuyo territorio actual se encuentra en una zona altamente selvática de la región noroeste de Ecuador” (párr.3). Es uno de los pocos pueblos del Ecuador que a lo largo del tiempo ha conservado su lenguaje cha'palaa o cha'palaachi en conjunto con sus tradiciones.

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

La innovación dentro del presente emprendimiento surge al presentar un nuevo tipo de alojamiento en el recinto la Nueva Esperanza de Puerto Quito, el cual aportará en el fortalecimiento de turismo en el cantón, los establecimientos de hospedaje en el Cantón de Puerto Quito, se centran en brindar simplemente un servicio de alojamiento, es por ese motivo que se presenta la necesidad de diseñar un *Lodge* basado en la nacionalidad Chachi que brinde alternativas sostenibles, actividades de recreación, comodidad y unión con la naturaleza. La arquitectura basada principalmente en *Guadua angustifolia*, generalmente

conocida como caña guadua, al igual que de *Tabebuia Chrysantha* conocido como guayacán, considerando que esta es una de las maderas más duraderas a lo largo de los años. La diversidad de actividades como: elaboración de chocolate, pesca, senderismo, cabalgata, deporte de aventura, entre otros, permitirán el correcto aprovechamiento del espacio y la revalorización del entorno natural.

El *Lodge* estará basado en la nacionalidad Chachi, que está compuesto por aproximadamente 10 mil personas en el Ecuador, las comunidades que lo conforman se encuentran en la Zona Centro del Río Canandé y son: Naranjal de los Chachis, las Pavas, Agua Clara, Ñampi y Guayacanas (Mantilla & Hernández, 2019). De esta forma se busca fortalecer la cultura de los pueblos, dar a conocer sus costumbres y forma de vida, cabe mencionar que no existe un *Lodge* que esté basado en la nacionalidad Chachi en el Ecuador.

En virtud de que el cantón Puerto Quito cuenta con gran riqueza escénica entre sus grandes ríos y cascadas que contribuyen a su colorido paisajístico también se encuentra un bosque húmedo trópica que lo hace un destino exclusivo para el ecoturismo. El ministerio de Turismo (2017) afirma que: “este sector, caracterizado por sus refrescantes cascadas rodeadas de cristalinos ríos, constituye un sitio cálido subtropical, ideal para disfrutar del ecoturismo y los deportes acuáticos” (párr. 3). De esta manera se encuentra en una ubicación estratégica natural para la implementación de un *Lodge*. Por otra parte, el alojamiento se rige al respeto con el medioambiente y a cumplir lo mencionado por el Ministerio de Turismo (2020):

Art4. Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales. (p. 22)

De esta manera se plantea la idea de negocio del diseño de un *Lodge* para captar la afluencia de los turistas nacionales y extranjeros ofertando un producto con singularidades propias basadas en la nacionalidad Chachi, dentro del cual se pretende mantener vivo el patrimonio natural y cultural de la provincia de Pichincha.

## **1.4 Factores que intervienen en el inicio de la idea de negocio**

### 1.4.1 Situación del macro ambiente

#### *1.4.1.1 Político legal*

En el presente emprendimiento el principal ente regulador es el Ministerio de Turismo porque la categorización *Lodge* se encuentra en el Reglamento de alojamiento turístico, además, el Ministerio de Turismo es el encargado de establecer los requisitos y especificaciones concretas para poder operar y dar paso al funcionamiento del hospedaje. De acuerdo con el Art.12 en la clasificación de alojamientos turísticos y nomenclatura, que se registra en el reglamento de alojamiento (2016) que un *Lodge* 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 y/o compartido conforme a su categoría" (p. 9), el mismo se puede ubicar en un entorno natural.

#### *1.4.1.2 Socio cultural*

El emprendimiento tiene como base coexistir con la población perteneciente a los recintos aledaños a sus instalaciones, los más próximos son el recinto Nueva Esperanza y el Tesoro, de igual forma el *Lodge* representaría



una nueva fuente de empleo para los pobladores, además, de un motivante para la especialización en el ámbito turístico. Por otra parte, para los futuros visitantes el alojamiento será considerado como un lugar de descanso por su ambiente de armonía y apropiado para las actividades de recreación. También, sus paisajes y encanto natural serán idóneos para satisfacer las nuevas preferencias del visitante en base a su necesidad de apartarse de las grandes ciudades para encontrar paz.

Como se mencionó anteriormente el Lodge se basará en la nacionalidad Chachi, se ubican mayormente en la provincia de Esmeraldas (Cevallos, 2019). Las características del cantón Puerto Quito son suficientes para poder tomar como referencia la cultura y costumbres de los Chachis. Con esto se pretende preservar la identidad histórica de la nacionalidad Chachi.

#### 1.4.1.3 *Económico*

En consecuencia, a la pandemia que se vive actualmente el sector turístico ha sido afectado, las principales causas son; la recesión económica y las medidas de distanciamiento, por esto las personas ya no destinan considerables sumas de dinero para viajes de recreación u ocio, pero existe cierto tipo de mercado que en este momento está interesado por el turismo rural. Por esto, con la creación del Lodge se busca ofrecer un servicio de calidad capaz de atraer la atención de los turistas y satisfacer sus necesidades de esparcimiento y paz en un ambiente natural. En relación con el recinto Nueva Esperanza, Puerto Quito, Pichincha, según el censo de 2010 y su proyección existen actualmente 20 445 habitantes en el cantón. La población económicamente activa es el 49,3%, esto quiere decir que el 10 079 de individuos cuentan con la edad mínima disponible para ofrecer mano de obra para producir bienes y servicios. Entre las actividades económicas desarrolladas en Puerto Quito se encuentran la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca que

representan el 67,3% de las ocupaciones del sector (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010).

#### *1.4.1.4 Tecnológico*

Para el funcionamiento del Lodge se pretende hacer uso de las TIC's como base de reserva y ayuda en la gestión y administración, porque la tecnología es un pilar importante si se quiere dar a conocer el emprendimiento de manera internacional. En relación con Puerto Quito, de acuerdo con la Institución Nacional de Estadísticas y Censos citada anteriormente, la cobertura de servicios básicos y complementarios son; en energía eléctrica el 62,5% de la población puede hacer uso, en conexión a internet lamentablemente solo el 12,9% tiene acceso continuo a este servicio.

#### *1.4.1.5 Medioambiente*

De acuerdo con el instituto mencionado con anterioridad, la agricultura y ganadería son las actividades económicas centrales del cantón Puerto Quito, debido a esto se pueden encontrar problemas en relación con el monocultivo y al manejo de desechos. El Lodge permitiría que se creen fuentes de empleo aledañas en el recinto Nueva Esperanza, de igual forma se tiene muy en cuenta el aspecto sostenible en el emprendimiento para generar el menor impacto posible en la construcción de la infraestructura turística e implementar medidas o servicios amigables con el ambiente.

### **1.5 Matriz Diagnóstica**

En la presente matriz diagnóstica se puede observar características del lugar en el cual se pretende ubicar el emprendimiento, es necesario conocer

algunos datos del cantón al que pertenece el recinto la Nueva Esperanza; Puerto Quito cuenta con un ecosistema bosque húmedo tropical lo que permite una gran diversidad de especies, en la zona existen 400 especies de pájaros y diversidad en su flora (GAD Provincial de Pichincha, 2017), además, permite a sus visitantes una relación estrecha con la naturaleza y una vivencia entre culturas. Según el Ministerio de Turismo (2017) “uno de los lugares representativos de Puerto Quito es la Piedra de Vapor, está ubicado a 14 km de la cabecera cantonal, su nombre se debe a que en este sitio se encuentra una gigantesca roca piramidal de aproximadamente 8 metros” (párr. 3), son estos factores ambientales los que hacen del cantón un espacio natural para el desarrollo del turismo.

Puerto Quito dispone tan solo del 5,74% de los recursos turísticos de la provincia de Pichincha. De acuerdo con Calvopiña (2015), “se ha contabilizado 19 atractivos turísticos, y según la jerarquización de la OMT 16 corresponden a jerarquía I y tan solo 3 de jerarquía II” (p. 5), se comprende que existe un deficiente impulso del crecimiento en la actividad turística de la zona. El Recinto la Nueva Esperanza se ubica en el cantón Puerto Quito perteneciente a la provincia de Pichincha, Ecuador; fue fundada el 12 de octubre de 1973, se encuentra ubicada a 143 kilómetros del noroccidente de la Ciudad de Quito, guarda gran cantidad de biodiversidad en su entorno, el sector es caracterizado por sus refrescantes cascadas y ríos de aguas cristalinas, ambiente ideal para Ecoturismo (GAD Provincial de Pichincha, 2017). La Nueva Esperanza es un recinto dedicado a la agricultura, ganadería y turismo ecológico, presenta gran potencial turístico gracias a sus riachuelos y aguas claras que lo convierte en un espacio atractivo para los visitantes.

Su población es de 20 445, siendo 9 609 mujeres lo que equivale al 47%, y número estimado de 10 836 hombres que representan el 53% de habitantes, además, su población económicamente activa es 49,3%, es decir cuentan con la edad mínima para ofrecer mano de obra en la producción de bienes y/o servicios,

el nivel de educación mayoritario de los habitantes es de 6,91%. La cobertura de servicios básicos y complementarios se resumen en; un 62,5% de su población posee energía eléctrica, el 10,60% agua potable, el 14,73% dispone de la red de alcantarillado, el 38,57% se beneficia de la recolección de desechos, solo el 7% del cantón tiene telefonía fija, y el 12,9% se beneficia de la conexión a internet (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010).

En base a su infraestructura, equipamientos generales y seguridad el cantón Puerto Quito como transporte público tiene Puerto Quiteñas, otra manera para desplazarse es la Compañía de taxis Puerto Quito PTOQuito S.A. Su sistema financiero se basa en la Cooperativa San Miguel de los Bancos; su sistema de salud pública es el Centro de Salud tipo C- Puerto Quito. El GAD de Puerto Quito financia algunos atractivos turísticos como la Piedra de Vapor, siendo este su punto de interés más visitado, la seguridad se ve regida por el UPC- Puerto Quito, y su centro comercial más visitado es Félix Zambrano centro comercial y la tienda de deportes Leslie Sport.

Nueva Esperanza es un recinto que tiene como proximidad a otros centros urbanos a Golondrinas en 10km aproximadamente a 20 minutos; otra localidad cercana es la ciudad de Puerto Quito, localizada a 40km, en un tiempo estimado de 1 hora y 30 minutos. Los medios de transporte existentes son por medio de taxi moto y vehículos privados, las vías principales son pavimentadas, pero al llegar a los destinos la carretera es de tierra.

El cantón Puerto Quito entre sus potencialidades turísticas las cuales por su cercanía pueden favorecer al emprendimiento son; el río Guayabamba, tiene confluencia con el río Pizará y limita con las provincias de Esmeraldas e Imbabura, la cascada Azul, tiene 15 metros de altura y está formada por el río Culebra, la cascada Macallares, tiene 4 metros de ancho y tiene una diversidad en flora y fauna, la cascada del Silencio principalmente es usada para realizar

hidroterapia debido a la presión que ejerce el agua se puede realizar terapias mecánicas.

Los establecimientos que pueden ser considerados como una competencia para el emprendimiento son; Balneario Nueva Esperanza del Norte y el Humedal Nueva Esperanza se ubican en el recinto Nueva Esperanza del Norte, el Balneario Abdón Calderón se localiza en el recinto Cooperativa Occidental, el Balneario Nuevo Ecuador se encuentra en el recinto Sábalo y el Balneario la Isla en el recinto el Tesoro. Todos estos atractivos turísticos tienen como semejanzas su tipo de servicio porque ofrecen; recreación, alimentación y ocio, su segmento es mayormente familias y debido a las medidas de bioseguridad actualmente funcionan con una capacidad del 70%.

Las facilidades turísticas de acceso al emprendimiento en la actualidad son nulas porque no existe un registro de la finca por ende no han implementado ningún tipo de señalización que facilite su localización. Por otra parte, las modalidades de Turismo que se practican en la zona son; Ecoturismo, en el Humedal Nueva Esperanza, Turismo cultural, en la ruta de los Quito-Caras, Turismo de salud, en la Cascada del Silencio y Turismo de aventura, en la Piedra de Vapor, los tres primeros se desarrollan en todo el año, y solo el último entre los meses de enero a mayo.

Las posibles comunidades beneficiadas por la actividad turística del emprendimiento son el recinto Nueva Esperanza y el recinto el Tesoro. Los principales problemas que pueden limitar la implementación del negocio son; la accesibilidad, porque las carreteras para llegar a la finca no son pavimentadas; acceso a servicios básicos, porque en este momento no se cuenta con luz eléctrica, ni alcantarillado; la señalización, como se mencionó antes no existe señalización que ayude a localizar el lugar; la escasa instrucción de la población,

es motivo por el cual no se encuentran personas capacitadas en el ámbito turístico, sin embargo, es un aspecto para fortalecer mediante gestiones para realizar capacitaciones. Una observación adicional es que la finca al ser un área destinada para el cultivo de palma africana y cacao carece de árboles nativos del lugar, por lo tanto, se plantea la reforestación de la finca.

## CAPÍTULO II:

### 2. Fundamentación Teórica

#### 2.1 Fundamentos teóricos

##### 2.1.1 Turismo

###### 2.1.1.1 *Concepto*

El turismo es considerado globalmente como una actividad económica que relaciona a varios sectores productivos para su desarrollo por ejemplo el área comercial y el área de servicios, la entidad internacional que se encarga de dirigirlo es la Organización Mundial de Turismo desde 1975; sus principales funciones son dar soporte y gestión turística para un progreso en el sector. De acuerdo con la OMT (1994, citado por Sancho, 2018), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (p.43), es considerada la definición más exacta porque abarca de forma general cada detalle que se necesita para la actividad turística.

Un aspecto muy importante para considerar es el enfoque sostenible y sustentable del turismo los cuales son base fundamental para considerar a la actividad turística como una atractiva fuente de ingreso, esto se debe a que el enfoque sostenible se centra en el desarrollo de la economía del lugar y el sustentable en el cuidado del medio ambiente. López et al. (2005) consideran que la sostenibilidad y sustentabilidad son” ...una forma de conciliar el crecimiento económico y el equilibrio del ecosistema y su connotación...” (p.5),

es por esto por lo que supone una propuesta llamativa para el sector terciario o de servicios. De esta forma el turismo se diversifica en varios tipos especializados en modalidades que dan paso a la recreación y esparcimiento. En base a esto se puede asegurar que el objetivo principal es satisfacer las expectativas del visitante, es así como se considera al turismo como un entorno dinámico capaz de vincular alojamiento, restauración y lugares de ocio como bares, entre otros.

#### 2.1.1.2 *Modalidades del Turismo*

Desde sus inicios el turismo ha evolucionado constantemente, es así como se han creado diferentes modalidades que ayudan tanto a la gestión como al progreso del sector turístico. A continuación, se conceptualizarán las modalidades que tienen relación con el presente emprendimiento.

#### Turismo Rural

El Turismo Rural esta esencialmente enfocado en el área rural, es el uso de los paisajes y naturaleza de manera sostenible. De acuerdo con Cárdenas et al. (2019), "...contribuye a preservar los recursos naturales y culturales de las comunidades de destino, mientras se va creando ventajas competitivas, generando fuentes de trabajo e ingresos de divisas" (p.6), es una de las modalidades más realizadas actualmente porque los turistas buscan lugares amplios cerca de la naturaleza para alejarse del ajetreo de la ciudad. Además, es considerado una modalidad del Turismo Alternativo, porque ofrece a los turistas alternativos paz y tranquilidad en el destino. Narváez (2014) asegura que el Turismo Alternativo:

Surge como una opción al Turismo de masa, a partir de considerar opciones de actividades que tuvieran en cuenta, entre otros aspectos, la realización plena del ser humano, una contribución cada vez mayor a la



educación, la igualdad de destino de los pueblos, la liberación del hombre y el respeto por su identidad y dignidad, la afirmación de la originalidad de las culturas y el respeto del patrimonio moral de los pueblos. (p.9)

Teniendo en cuenta la cita anterior se puede entender que el Turismo Rural contribuye a las comunidades de la zona rural, pero no es lo mismo que el Turismo Comunitario; su diferencia radica en la gestión de cada uno, en el Turismo Rural la administración es privada por una persona diferente a la comunidad, que adquiere materia prima de la comunidad, pero las ganancias son exclusivamente del dueño, por otra parte, el Turismo Comunitario debe cumplir una serie de requisitos para lograr que una comunidad se dedique a la actividad turística, además las utilidades se utilizan para ayudar al desarrollo de toda la comuna (Reyes, 2020).

### Turismo Ecológico

La modalidad de Turismo Ecológico se basa en el cuidado del medio ambiente, Londoño (2018) asegura que "...el ecoturismo se caracteriza por un viaje responsable a las áreas naturales que promueve la conservación del medio ambiente, es uno de los segmentos de turismo que crece más rápido en todo el mundo..." (p. 9). Este es otro tipo de Turismo Alternativo, como se mencionó antes el turismo está en constante evolución, por eso se busca siempre posibles opciones para tener un desarrollo sostenible y sustentable.

Existen muchos beneficios de implementar el Turismo Ecológico por ejemplo el incremento en las ganancias de la economía local, además, generar el menor impacto posible en el ecosistema es uno de los puntos fuertes de esta modalidad. Pons (2016) plantea:

En el sector turístico está adquiriendo cada vez más importancia el valor ecológico, relacionado tanto con el tipo de destino como con el tipo de alojamiento y de actividad desarrollada. Actualmente existe una promoción social de lo ecológico, lo sostenible y lo natural, y el ámbito del

turismo no puede desatenderla si se propone cubrir la demanda y expectativas de la generalidad del público. (p. 2)

En base a esto el Turismo Ecológico utiliza fuentes de energía renovables mayormente en los alojamientos como por ejemplo el uso de paneles solares para dotar de energía. Aunque existen atractivos que no usan la tecnología para que los visitantes estén más en contacto con la naturaleza y salgan de su rutina habitual, algunos hospedajes optan por aplicar sistemas en sus baños para crear composta y concientizar a los visitantes de usar champú y jabón biodegradables.

### Turismo Cultural

El Turismo Cultural se basa en la relación que existe entre los factores culturales, económicos y sociales del entorno. Para Ortiz et al. (2018), “el turismo cultural, actualmente es un factor que incide en el desarrollo del país. Éste radica en la manifestación de la cultura, el patrimonio, la historia y las tradiciones de un determinado lugar” (p. 1), se realiza este tipo de turismo en atractivos que tengan relevancia histórica, que cuenten con algún Patrimonio Cultural material o inmaterial.

En relación con lo anteriormente planteado la Organización Mundial del Turismo (2017) propone que:

El patrimonio cultural en su más amplio sentido es a la vez un producto y un proceso que suministra a las sociedades un caudal de recursos que se heredan del pasado, se crean en el presente y se transmiten a las generaciones futuras para su beneficio. (p.2)

El principal objetivo de esta modalidad es transferir conocimientos y costumbres a los visitantes, de esta forma se crea una interacción lo cual ayuda al desarrollo sostenible, es decir la economía del sector se beneficia. Además, con una correcta gestión se puede valorar y preservar la cultura.

## 2.1.2 Lodge

### 2.1.2.1 *Concepto*

Un *Lodge* es un hospedaje inscrito en el reglamento de alojamiento turístico del MINTUR. Galán (2018) afirma que:

El término «*Lodge*» en inglés se utiliza para distintas acepciones como cobertizo, refugio (del tipo de los que usan cazadores, pescadores o montañistas), cabaña rústica, morada temporaria y pequeña (como las que se montan para hacer determinadas tareas de cosecha, tala, recolección, etc), casa de guarda... (párr. 2)

En relación con el reglamento este tipo de alojamiento se establece en habitaciones o cabañas privadas, su principal característica es la ubicación en áreas naturales y el enfoque amigable con el ambiente, las actividades de recreación deben estar centradas en el disfrute y esparcimiento de los visitantes, brindando paz y descanso (Ministerio de Turismo, 2016).

## 2.1.3 Nacionalidad Chachi

La Nacionalidad Chachi está compuesto por aproximadamente 10 mil personas en el Ecuador, las comunidades que lo conforman se encuentran en la Zona Centro del Río Canandé y son: Naranjal de los Chachis, Las Pavas, Agua Clara, Ñampi y Guayacanas (Mantilla & Hernández, 2019). Es uno de los pocos pueblos del Ecuador que a lo largo del tiempo ha conservado su lenguaje cha'palaa o cha'palaachi en conjunto con sus tradiciones.

### 2.1.3.1 *Reseña histórica*

De acuerdo con relatos históricos, el origen de la nacionalidad Chachi es un motivo de debates, existen personas que afirman su origen en el Oriente, por

otra parte, se asegura que son desprendimientos de tribus de Colombia. No obstante, todos coinciden iniciando de su propia tradición, situándolos en la ciudad de Ibarra antes de su descenso al Litoral (Fundación Velasco, 1982, citado en Añapa de la Cruz & Estupiñán, 2013).

Contribuyendo a lo mencionado, Medina (1992, citado en Añapa de la Cruz & Estupiñán, 2013, p. 59) expresa que a lo largo de la historia los primeros Pueblos Chachis en la provincia de Esmeraldas se ubicaban en el río Santiago y a lo largo del tiempo se fueron desplazando por el avance de la colonización y el crecimiento demográfico, es así, que se reubicaron a las riberas de los ríos Cayapas, Onzole, Sucio, Cojimíes, Viche, Canandé, Verde y Tululbí. Por otra parte, según la CONAIE (2014):

Desde esos tiempos, esta nacionalidad desarrollo técnicas de cultivo de subsistencia basadas en una horticultura rotativa, también se dedican a la caza, pesca y recolección. Bajo estas formas productivas comunitarias vivieron los Chachis hasta que, en 1885, empezaron a llegar a sus territorios gente extraña a la comunidad con el fin de explotar tagua, caucho, palo de balsa; personas que utilizaron la mano de obra de este pueblo para extraer estas materias primas, extracción que de ninguna manera beneficio a la nacionalidad. (párr. 4)

Tras lo mencionado anteriormente de acuerdo con el autor se suma la explotación de tierras Chachis; provocó la disminución de alimento y a consecuencia aumento de enfermedades, esas circunstancias conllevaron a que la nacionalidad realizará reuniones y así surgió la Federación de Comunidades Chachis.

#### 2.1.4 Estudio de factibilidad

Se entiende por estudio de factibilidad al proceso que realiza una empresa para determinar la posibilidad de poder desarrollar un negocio o proyecto. Permite conocer si se puede realizar, cual son las condiciones ideales para

realizarlo y como podría solucionar las dificultades que se pueden presentar (Quiroa, 2020). Además, es utilizado para la recopilación de datos de un tema determinado. Por otra parte, Duvergel & Argota (2017) argumentan que:

El estudio de factibilidad es la calificación del potencial del éxito del proyecto, la posibilidad de que la realización de un producto haya sido aprobada y se obtengan los resultados esperados. Es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo. Además, determina si dicho negocio contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente. (p. 50)

De igual forma, se comprende que cuenta con dos objetivos básicos en su desarrollo los cuales son: analizar y presentar todas las variables que condicionan la realización de la futura inversión; demostrar la rentabilidad económica para el capital invertido y para los recursos económicos comprometidos en el proyecto (Baca, 1995, citado en Ortolá, 2000).

#### *2.1.4.1 Estudio de Mercado*

El estudio de mercado se basa en obtener ciertos datos relevantes para una investigación en los cuales se reflejan el tipo de demanda para ciertas ofertas. Para Núñez (2017), "el objetivo de este estudio es determinar cuál es la demanda del servicio o producto considerado que puede esperarse sea atendida por el proyecto al entrar en operación" (p.61), es por esto que su enfoque es la recopilación y análisis para reconocer las oportunidades que puede tener un negocio.

#### *Segmento de mercado*

El Segmento de mercado hace referencia a un grupo de la población que tienen características similares con respecto a un tema en específico. Coincidiendo con Jaramillo et al. (2018), "...se define como el proceso de dividir

el mercado total para un producto en particular o una categoría de productos en segmentos o grupos relativamente homogéneos” (p.33), algunas de las variables a considerar son aspectos geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales; de esta forma se puede obtener datos sobre la nacionalidad, edad, género, clase social, frecuencias de uso de productos, entre otros.

### Análisis de la oferta y demanda

La oferta y demanda hacen referencia a la dinámica que existe entre el producto y los consumidores. Como plantea Elías (2016):

El análisis de oferta y demanda es una herramienta fundamental que puede ser utilizada para analizar una amplia variedad de problemas, como: entender y predecir como las condiciones de la economía mundial pueden afectar el precio de mercado y la producción. Evaluar el impacto de los controles de precios del gobierno, los salarios mínimos, los precios sostenibles, subsidios a la producción. Determinar cómo los impuestos, los subsidios, las tarifas, las cuotas de importación afectan a los consumidores y a los productores. (p.2)

Conociendo bien que es lo que se ofrece y el mercado actual se puede desarrollar mejor los productos y servicios. Según el autor se puede orientar al bien y/o servicio para cumplir las expectativas y satisfacer los requerimientos de los usuarios, además, se examina los potenciales precios para que la oferta sea atractiva de acuerdo con el tipo de demanda.

#### 2.1.4.2 *Estudio Técnico Administrativo*

##### Localización óptima del proyecto

La localización de un proyecto tiene como objetivo analizar las diferentes alternativas de ubicación espacial del proyecto, estudiar los lugares donde es

posible ubicarse y que oferte los máximos beneficios. En el estudio de localización del proyecto se toman en cuenta dos factores muy importantes llamados fuerzas de locación, que influyen en la investigación los cuales son: macro localización y micro localización (Corrillo & Gutiérrez, 2016).

### Macro localización y Micro localización

Se entiende por Macro localización al proceso en el cual se evalúa el sitio que ofrece máximo beneficio para la empresa. De acuerdo con los autores mencionados anteriormente (2016, p.1), presentan los siguientes puntos dentro de la macro localización:

- Ubicación de los consumidores o usuarios
- Localización de la materia prima y demás insumos.
- Vías de comunicación y medios de transporte
- Infraestructura de servicios públicos
- Políticas, planes o programas de desarrollo
- Normas y regulaciones específicas
- Tendencias de desarrollo de la región
- Condiciones climáticas, ambientales, suelos
- Interés de fuerzas sociales y comunitarias.

Por otro lado, la micro localización es la elección de un espacio con características favorables para la construcción de la empresa y la distribución de su planta; existen pasos que se deben realizar para identificar las mejoras alternativas en la micro localización, para Iglesias (2014, p. 65), son:

- Determinar los factores más relevantes del proyecto.
- Asignar un peso a cada factor de acuerdo con su importancia, cuya sumatoria deber ser 1.
- Calificar cada sitio de una escala de 0 a 10.

- Establecer la ponderación entre el peso de cada factor y su calificación.
- Sumar la puntuación de cada sitio.
- Determinar la alternativa de mayor puntuación, al cual corresponderá al lugar óptimo de ubicación de la empresa.

En varios proyectos la localización varia y se limita por el requerimiento de condicionar la cercanía de carreteras, cercanía al centro de la ciudad, disponibilidad de vías férreas, características topográficas o la existencia de un recurso abundantes (Cignoli, 1967, citado en Corriño, et al, 2016).

### Misión y Visión

La misión de una empresa es aquella que informa principalmente de que es lo que se realiza en la compañía, actividad en el mercado, a que se dedica, como lo hace y cuál es su propuesta de valor; por otra parte, se puede comprender que la misión describe la razón y el motivo de ser de la empresa (Espinosa, 2012). El mismo autor considera que la visión de una empresa responde a la siguiente pregunta: ¿quiénes queremos ser?, contempla las metas que la empresa se propone en un futuro. Tiene la característica de motivar e inspirar, las metas propuestas en la visión tienen que ser totalmente realistas y alcanzables, permite guiar al equipo hacia un objetivo propuesto y ayuda en la toma de decisiones complejas.

### Políticas

De acuerdo con Vázquez (2018), el concepto de políticas empresariales se entiende como: “Reglas y directrices básicas sobre el comportamiento y el procedimiento adecuado que se espera de todos sus empleados... para marcar



las bases y los cimientos por los que se debe regir la empresa” (párr. 2), comprenden pautas de comportamiento que son de destinadas a cumplirse.

## Valores

Los valores de la empresa se plantean al responder: ¿qué valores poseemos?, estos comprenden la ética, creencia o cualidades de la compañía. Se tiene que comprender que los valores son la responsabilidad de la empresa, además, estos determinan la forma de relacionarse y de actuar de la compañía con los clientes; es recomendable que los valores de la entidad no superen los 7 (Espinosa, 2012).

## Estructura organizacional

La estructura organizacional también es conocida como las formas de organización interna y administrativa de una empresa; se entiende por el modo en que se forman sus ideas, es decir la forma de una empresa. Mientras más grande sea la empresa, más especializados serán cada uno de sus departamentos y sus estructuras pueden ser de dos tipos: centralizado y descentralizados (Raffino, 2020).

## Constitución legal de la Empresa y propiedad intelectual

Se comprende como el resguardo que tienen las personas sobre sus invenciones. La ley de propiedad intelectual (2014) menciona:

Art. 3.- El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), es el organismo administrativo competente para propiciar, promover, fomentar, prevenir, proteger y defender a nombre del Estado ecuatoriano, los

derechos de propiedad intelectual reconocidos en la presente Ley y en los tratados y convenios internacionales, sin perjuicio de las acciones civiles y penales que sobre esta materia deberán conocerse por la Función Judicial. (p,2)

Por otra parte, la constitución legal de la empresa es el proceso a través del cual una persona o grupo registran a su empresa ante su gobierno cumpliendo la ley. Este proceso brinda ventajas pues permite que sea legalmente reconocida, califique como sujeto de créditos, pueda emitir comprobantes de pago, permita producir y comercializar productos o servicios (Sánchez, 2012).

### Estudio de Comercialización

El estudio de comercialización es una investigación que analiza los diversos factores necesarios para la puesta en marcha de un negocio, es decir para conocer las variables necesarias para ofertar un producto. Para Ilbay (2019), “¿la comercialización se la conoce como el conjunto de actividades que se desarrollan con el fin de facilitar una venta específica, en base a las necesidades de las personas para que de esta manera se pueda satisfacer a los clientes...” (p.27), de acuerdo con esto se tienen en cuenta los siguientes conceptos para el presente emprendimiento.

### Producto

El producto es un bien y/o servicio que se oferta para satisfacer las necesidades del consumidor. Para Jaramillo et al. (2018):

Se definen las características que debe tener el producto, tanto externas como diseño, marca, presentación, adaptación a los gustos y las necesidades de sus potenciales consumidores, como también las

características internas, como la manera en la que se va a producir, los materiales, la tecnología a implementar, quién lo va a hacer, etc. (p.51)

Coincidiendo con lo expuesto anteriormente el autor afirma que existen cuatro tipos de productos; el central es el que está basado en la necesidad del usuario; el esperado, consiste en el bien o servicio que se utiliza para adquirir el producto central; de apoyo, son los beneficios adicionales que dan valor al producto central; por último, el aumentado, es la combinación del servicio con la entrega; el entorno físico y la accesibilidad.

### Canales de distribución

Son quienes se encargan de distribuir un bien y/o servicio en beneficio del consumidor. Acosta (2017) asegura que "...un canal de distribución no es otra cosa que la forma de hacer llegar un producto desde su punto de origen hasta el consumidor final" (p.10), de esta forma se puede reducir la distancia y el tiempo de entregas; existen algunas funciones que deben cumplir los canales de distribución para ser intermediarios en la compra de un bien o servicio. De acuerdo con el aporte anterior el autor da a entender que recopilar y comunicar información relevante de la oferta es esencial para una correcta dinámica; además, disminuir las operaciones comerciales les da un valor agregado por la rapidez y eficacia.

### Promoción

La promoción es dar a conocer por medio de herramientas la información más relevante de un producto, de esta forma se busca llamar la atención del posible cliente. Pedrosa (2015) afirma que "se trata de dar a conocer un nuevo producto o los cambios en precio, calidad, tamaño de un producto ya existente, con el fin de incentivar a los consumidores a comprar nuestro producto" (párr.2),

depende de muchas variables como la producción, la calidad, entre otros. En relación con la segmentación de mercado, en la promoción se utiliza toda la información antes recopilada para poder establecer estrategias que ayuden a divulgar el mensaje a las personas interesadas.

## Precio

Es el valor monetario de un bien o servicio, dicho con palabras de la Mileman & Sibanda (2021), "...se refiere al proceso de fijar el precio de su producto permitiéndole una ganancia, pero lo suficientemente asequible para que sus clientes estén dispuestos a pagar la cantidad solicitada" (p.15). Existen factores a considerar antes de fijar el precio de un producto como la percepción que tiene el cliente por ese bien o servicio, además del precio máximo; también, es recomendable considerar las estrategias y precios de la competencia.

### Estrategias para la fijación de precios

#### 1) Fijación de precios basado en el valor

Se centra en la percepción de los clientes sobre el valor. Además, de la buena calidad y buen servicio. Se determina las necesidades de los usuarios.

#### 2) Fijación de precios basado en costo

Es la más utilizada de todas las estrategias. Se fundamenta en el costo de producción y distribución del producto para fijar su precio y de esta forma tener utilidades.

#### 3) Fijación de precios basado en la competencia

Se basa en observar los precios de la competencia y en base a esto se fija un precio para el producto (Tuca, 2018).

### 2.1.4.3 *Estudio Económico- Financiero*

En el estudio Económico Financiero se puede conocer la capacidad que posee la empresa para generar beneficios y atender los pagos. Martínez (2020, párr.7) menciona que para realizar de forma adecuado el estudio económico financiero se debe responder a las siguientes cuestiones:

- Analizar cuáles son los fondos necesarios para poder desarrollar el plan de negocio, tanto la inversión inicial como las necesidades financieras una vez puesta en marcha la empresa.
- Analizar las posibles fuentes de financiación a través de las cuales podemos obtener capital.
- Determinar la estructura financiera de la empresa. Esto es, aclarar cuál es la parte del capital que estará en poder del dueño del proyecto y cuál estará en poder de terceros.
- Analizar la rentabilidad de la empresa a corto y largo plazo. De esta forma, los inversores podrán conocer qué beneficios podrán obtener en el reparto de los dividendos de la empresa.

Para la misma organización, la rentabilidad es un factor importante del proyecto porque ayuda a buscar la financiación, además, en el estudio económico-financiero es importante desarrollar el plan de negocios de inversión inicial, analizar las posibles fuentes de financiamiento. Al igual que determinar la estructura financiera de la empresa y analizar qué tan rentable es a corto y largo plazo; de esta forma se podrá evaluar el proyecto con la información de flujos de fondos y él estudió financiero.

#### Estado de situación inicial

De acuerdo con Nessir y Reinaldo (2003, citado en Montalván, 2004), “los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter

monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad” (p. 10). Entendiéndose que en esta etapa se realiza el estado de resultado y balances generales.

Se comprende entonces que el estado de situación inicial se realiza al comienzo del ciclo contable; explica de una forma clara la situación inicial de la empresa, sirve para exponer de forma esquemática y breve el balance. Está compuesto por activos y pasivos, dando lugar a un patrimonio neto que representara la situación inicial en su inicio (Llamas, 2020).

### Estado de resultados

El estado de resultados es un informe que facilita datos acerca del periodo contable de una empresa. Según Gómez y Zapata (1998, citado en Montalván, 2004), el estado de resultados es: “un informe contable que establece la situación económica de la empresa durante un período determinado a través de la presentación ordenada y sistemática de las cuentas que denotan rendimientos, costos de productos vendidos y gastos del período” (p.13), el autor anterior de igual forma afirma que el estado de resultados busca calcular la utilidad neta y los flujos de efectivos del proyecto, que son los beneficios reales, esto se obtiene restando los ingresos todos los costos e impuestos.

### Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se entiende como el momento en el cual una empresa logra tener los ingresos y egresos al mismo nivel. Para Baca (2001, citado en Montalván, 2004), “es una técnica utilizada para estudiar las relaciones

entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios. Si los costos de una empresa solo fueran variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio” (p.16), se entiende por el nivel de producción o ventas a que las ganancias por ventas son igual a la suma de los costos fijos y las variables.

### Análisis de Costo / Beneficio

Se entiende por análisis costo/beneficio a la acción de medir la relación que existe entre el costo por unidad producida y el beneficio obtenido por la venta, se encuentran muchas variables en el análisis de costes/beneficios, y son: coste de la producción, arrendamiento, suministros, empleados, impuestos, descuento por pronto pago, pago de seguros de responsabilidad civil, cotizaciones a la seguridad social de los empleados, precio final del bien producido y margen de beneficio unitario, nivel de producción óptimo, volumen de ventas, coste de financiación de los créditos o préstamos solicitados (Vázquez, 2016).

#### 2.1.4.4 *Estudio de Impacto Ambiental*

Un estudio de impacto ambiental se basa en la evaluación de un proyecto y sus posibles incidencias en el entorno natural, para Espinoza (2016):

Es el estudio técnico, de carácter interdisciplinario, que, incorporado en el procedimiento de la EIA, está destinado a predecir, identificar, valorar y corregir las consecuencias o efectos ambientales que determinadas acciones pueden causar sobre la calidad de vida del hombre y su entorno. (p.3)

Es recomendable siempre realizar un estudio de impacto ambiental cuando se presenta un proyecto que posiblemente de paso a efectos negativos en el ecosistema; así se puede valorar el grado de factibilidad de la planificación en base a los factores ambientales.

## Evaluación de impacto ambiental (EIA)

La evaluación de impacto ambiental se basa en reconocer los posibles impactos que se presentan en una zona determinada siendo estas consecuencias de alguna actividad humana. Espinoza (2016) menciona que:

El objetivo fundamental de la Evaluación de Impacto Ambiental es animar a que se considere el medio ambiente en la planificación y en la toma de decisiones para, en definitiva, acabar definiendo actuaciones que sean más compatibles con el medio ambiente. (p.2)

Es correcto recalcar que cualquier actividad humana que se realice crea un cierto porcentaje de impacto en el ecosistema; el fin del estudio ambiental es reducir considerablemente los impactos en base a una buena gestión y planificación de los recursos.

De acuerdo con lo expuesto antes, el autor asegura que la evaluación de impacto ambiental es usada para contrarrestar los efectos dañinos provocados en el ecosistema; es una manera factible para minimizar los impactos negativos y adaptar los proyectos a las condiciones locales. Esta es una herramienta capaz de ayudar en la toma de decisiones a los actores sociales que se encargan del área ambiental.

### Factores ambientales

Los factores ambientales son todos los elementos que se relacionan en un entorno que tienen incidencia en el proyecto sea este negativo o positivo. Son relevantes porque gracias a su análisis se puede inferir las causas de algún problema en específico. El autor citado en los apartados anteriores (2016, p.22) afirma que deben aplicarse los siguientes criterios:



- Ser representativos del entorno afectado, y por lo tanto del impacto total producido por la ejecución del proyecto, sobre el medio ambiente.
- Ser relevante, es decir, portadores de información significativa sobre la magnitud importancia del impacto.
- De fácil identificación tanto en su concepto como en su apreciación sobre información estadística, cartografía o trabajos de campo.
- De fácil cuantificación, dentro de lo posible, ya que muchos de ellos serán intangibles y habrá que recurrir a modelos de cuantificación específicos.

## **2.2 Fundamentación metodológica**

### 2.2.1 Metodología de la investigación

La metodología de la investigación es un conjunto de técnicas que se utilizan para el desarrollo de un estudio. Dicho en palabras de Pérez et al. (2015), "la Metodología de la investigación es aquella ciencia que provee al investigador de una serie de conceptos, principios y leyes que le permiten encauzar de un modo eficiente y tendiente a la excelencia el proceso de la investigación científica" (p.5), su principal objetivo es crear conocimiento sustentado y coherente.

#### Enfoque Cuantitativo

El enfoque cuantitativo tiene una perspectiva más objetiva, es decir se basa en datos reales y en lógica. Para Neill et al. (2017):

El diseño de la investigación cuantitativa constituye el método experimental común de la mayoría de las disciplinas científicas. El objetivo de una investigación cuantitativa es adquirir conocimientos fundamentales y la elección del modelo más adecuado que nos permita conocer la

realidad de una manera más imparcial, ya que se recogen y analizan los datos a través de los conceptos y variables medibles. (p.69)

Se basa en números y estadísticas altamente comprobables, es estructurada, su fin es adquirir y analizar datos; a su vez es un enfoque muy veraz porque al implementar estudios tan exactos sus resultados son irrefutables (Cadena et al., 2017).

### Instrumentos de recolección de datos

Los instrumentos de recolección de datos son utilizados para recabar información necesaria para una investigación. Al implementar los instrumentos con el respectivo análisis se puede disgregar información que puede ser fundamental al momento de tomar una decisión importante en un proyecto, además, sirve para que el investigador conozca más sobre el objeto de estudio.

### Encuesta

La encuesta se entiende como una herramienta aplicada en el área de investigación, que favorece a la obtención de datos fundamentales para el análisis de diversas temáticas, permitiendo mayor eficiencia y rapidez en el proceso de levantamiento de información. Rodríguez (2017) define a la encuesta como “un estudio realizado a una muestra de personas representativa de una población mucho más amplia, el cual emplea procedimientos estandarizados para la formulación de preguntas, con el objetivo de obtener datos cuantitativos relacionados con un tema en particular” (párr.5). A propósito, López & Fachelli, (2016), en su libro Metodología de la investigación social cuantitativa, argumentan lo siguiente de la encuesta como técnica:

La encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad

es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida. La recogida de los datos se realiza a través de un cuestionario, instrumento de recogida de los datos (de medición) y la forma protocolaria de realizar las preguntas (cuadro de registro) que se administra a la población o una muestra extensa de ella mediante una entrevista donde es característico el anonimato del sujeto. (p.8)

De este modo se comprende que la encuesta es un procedimiento fundamental para la recolección de datos mediante el cuestionario, cuya finalidad es obtener de manera sistemática información del público sobre un tema determinado de interés para la investigación.

### 2.3 Fundamentación legal de la propuesta

Desde la Constitución de 1998 y posteriormente la Constitución de 2008 se dio un espacio a los derechos de los pueblos y nacionalidades, no obstante, su aplicación se disputa con la realidad y la barrera étnica persistente (Gurría et al., 2021). A pesar de esto es importante presentar la fundamentación legal, en base a las especificaciones del presente emprendimiento y la temática basada en la nacionalidad Chachi; los artículos presentados son una compilación de leyes y reglamentos establecidos en documentos legales de la República del Ecuador.

**Tabla 1**

*Fundamentación legal*

<b>Norma</b>	<b>Artículos</b>	<b>Fundamento</b>
<b>Constitución de la República del Ecuador</b>	Art. 21.- Las personas tienen derecho a contribuir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas	Este artículo se relaciona con el emprendimiento porque el hospedaje se basa en la nacionalidad Chachi, de esta forma se busca

---

elecciones; a la libertad estética, que los visitantes a conocer la memoria histórica conozcan sobre su de sus culturas y a acceder a su cultura y costumbres. patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre. Los artículos 24 y 66 se entrelazan con el emprendimiento porque el principal objetivo es

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:  
2. El derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación, nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad y otros servicios sociales necesarios. armonía para los visitantes, donde puedan apreciar a la cultura y naturaleza, además a su vez tener un momento de recreación y esparcimiento.

Art. 72.- La naturaleza tiene derecho a la restauración. Esta restauración será independiente de la obligación que tienen el Estado y las personas naturales o jurídicas de indemnizar a los individuos y colectivos que dependen de los sistemas naturales afectados. Los artículos 72 y 74 se vinculan con el presente emprendimiento porque el primero hace referencia a la restauración de la naturaleza, esto es un punto importante en el

---

	<p>Art. 74.- Las personas, desarrollo del <i>Lodge</i> comunidades, pueblos y porque se pretende nacionalidades tendrán derecho realizar una a beneficiarse del ambiente y de reforestación en el lugar. las riquezas naturales que les Y el segundo se permitan el buen vivir. Los relaciona porque la servicios ambientales no serán categoría de <i>Lodge</i> hace susceptibles de apropiación; su referencia a cuidar del producción, prestación, uso y medioambiente utilizar aprovechamiento serán sus riquezas, pero regulados por el Estado. causar el menor impacto posible.</p>	
	<p>Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.</p>	<p>El artículo se relaciona con el enfoque cultural que tiene el emprendimiento de promover la cultura y costumbres de la nacionalidad Chachi.</p>
<p><b>Ley de Turismo.</b></p>	<p>Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:</p> <p>a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la</p>	<p>El artículo 3 y 5 de la ley de Turismo hacen referencia a la actividad turística, es por esto por lo que se relaciona con el emprendimiento porque el <i>Lodge</i> es una</p>

	<p>generación de empleo y promoción nacional e internacional.</p> <p>d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.</p> <p>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:</p> <p>a) Alojamiento</p> <p>b) Servicio de alimentos y bebidas</p>	<p>iniciativa privada y se centra en la conservación de los recursos naturales y la cultura de la nacionalidad Chachi.</p>
<p><b>Ley de Patrimonio Cultural</b></p>	<p>Art. 4.- El Instituto de Patrimonio Cultural, tendrá las siguientes funciones y atribuciones:</p> <p>a) Investigar, conservar, preservar, restaurar, exhibir y promocionar el Patrimonio Cultural en el Ecuador; así como regular de acuerdo a la Ley todas las actividades de esta naturaleza que se realicen en el país.</p>	<p>El artículo 4 se vincula con el emprendimiento porque se busca dar un enfoque revalorizador de la nacionalidad Chachi al crear el <i>Lodge</i> donde los visitantes podrán conocer acerca de las culturas y costumbres.</p>

---

Art. 34.- El Instituto de Patrimonio Cultural velará por que no se distorsione la realidad cultural del país, expresada en todas las manifestaciones de su pluralismo cultural, mediante la supervisión y control de representaciones o exhibiciones que tengan relación con los enunciados del Patrimonio Cultural del Estado.

---

Art. 3.- Definiciones:

1. Actividad turística de alojamiento o alojamiento turístico: 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, determinados en el presente Reglamento.

**Reglamento de  
Alojamiento  
Turístico**

14. Establecimiento de alojamiento turístico: Es el establecimiento considerado como una unidad íntegra de

El presente artículo hace referencia a las

---

---

negocio destinada al hospedaje no permanente de turistas y que brinda servicios complementarios, para lo cual deberá obtener previamente el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento, a través de la Autoridad Nacional de Turismo o de los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, conforme a los requisitos de clasificación y categorización dispuestos en el presente Reglamento.

19. Hospedaje: Servicio que presta un establecimiento de alojamiento turístico destinado a la pernoctación de una o varias personas de forma no permanente a cambio de una tarifa diaria establecida.

20. Huésped: Turista nacional o extranjero que pernocta, de manera no permanente, en un establecimiento de alojamiento turístico a cambio de una tarifa diaria establecida.

21. Jornada hotelera: Período de tiempo determinado según las políticas del establecimiento, en

---



---

el que se define el horario de ingreso (check in) y salida (check out) de los huéspedes.

26. Servicios complementarios: Son los servicios que se prestan de manera adicional a los servicios de hospedaje que brinda el establecimiento de alojamiento turístico, pueden ser gratuitos u onerosos y se describirán en el presente Reglamento, tales como restaurantes, bares, gimnasio, servicios de lavado y planchado, entre otros.

Art. 12.- Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura:

e) *Lodge* L

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

El artículo 12 es uno de los más importantes para sustentar el emprendimiento porque es donde se redacta el tipo de alojamiento que se pretende diseñar, por esto se puede considerar como la base legal del *Lodge*.

---

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.

Art. 13.- Categorías según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico. Las categorías de los establecimientos de alojamiento turísticos según su clasificación son:  
*Lodge*: 3 estrellas a 5 estrellas

En el artículo 13 se ve reflejado la categoría que puede tener el *Lodge* según las especificaciones que se cumplan, lo que se pretende es aspirar a tener el máximo de estrellas para ser un alojamiento reconocido.

---

Art. 79.- De las finalidades del fomento de la cultura, las artes y la innovación:

**Reglamento  
General de la  
Ley Orgánica  
de Cultura**

c) Fortalecer los procesos de innovación y sostenibilidad en la producción cultural y creativa nacional.

e) Incentivar las prácticas y procesos asociativos y la formación de redes; así como formas de organización vinculadas a la economía

Los artículos 79 y 94 se relacionan con el diseño del *Lodge* porque la revalorización de la

	<p>popular y solidaria en los emprendimientos e industrias culturales y creativas.</p> <p>Art. 94.- De la innovación social en cultura: La innovación social contribuye a alcanzar los fines establecidos en la Ley Orgánica de Cultura a través del desarrollo de emprendimientos y el fortalecimiento de las industrias culturales y creativas.</p>	<p>nacionalidad Chachi es una idea innovadora turística que se ve regida por los artículos al redactarse los fines que se deben alcanzar y como deben contribuir para cumplir con el fortalecimiento de la cultura.</p>
<p><b>Código Ético Mundial para el Turismo</b></p>	<p>Art. 3.- El turismo, factor de desarrollo sostenible.</p> <p>Art. 4.- El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad.</p> <p>Art. 5.- El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino.</p> <p>Art. 7.- Derecho al turismo.</p>	<p>Los artículos 3, 4, 5 y 7 hacen referencia al impulso del turismo por medio del correcto aprovechamiento del patrimonio cultural, además de como el turismo es una actividad económica que beneficia todos los actores de su entorno.</p>
<p><b>Plan Nacional de Desarrollo Toda Una Vida</b></p>	<p>Objetivo 2: Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades diversas.</p> <p>Objetivo 3: Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones.</p> <p>Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad</p>	<p>El emprendimiento se basa en estos 4 objetivos porque se rigen a revalorizar las identidades del país, cuidan los derechos de la naturaleza, impulsan a la productividad y al</p>

---

para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.	crecimiento económico sostenible en función de crear un entorno que garantice el Buen Vivir.
--	--

Objetivo 6: Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir Rural.

---

Nota. El fin de la tabla es dar a conocer las leyes y reglamentos en los cuales se basa el emprendimiento. De esta forma se puede interpretar que el diseño de un *Lodge* basado en la nacionalidad Chachi para contribuir al fortalecimiento del turismo local en el recinto la Nueva Esperanza, Puerto Quito, Pichincha, Ecuador, esta solventado desde la Constitución de la Republica de 2008 hasta el Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida de 2017.

## **CAPÍTULO III:**

### **3. PROPUESTA**

#### **3.1 Estudio de mercado**

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

Se denomina muestra al número o cantidad que se obtiene de una población más grande con el fin de realizar un estudio o análisis. Otzen & Manterola (2017) consideran que la muestra es un “conjunto de sujetos que pertenecen a la población blanco, que están disponibles para la investigación” (p. 227), de esta forma se utiliza la muestra para la obtención de información relevante de un estudio, en base a la aplicación de los instrumentos de recolección. Esto se realiza principalmente para estimar parámetros en base a hipótesis, así se pueden afirmar o negar; además, da paso a una conclusión y posibles recomendaciones en base a lo adquirido.

En el presente emprendimiento se aplicó la teoría del muestreo Probabilístico el cual trata de la selección aleatoria. De acuerdo con Carrillo (2015), “todos los elementos del universo tienen la misma probabilidad de ser parte de la muestra” (p.35), la muestra se basa en los lugares emisores de turismo, como Ibarra, Quito, Ambato, Quinindé y Santo Domingo, es importante que cada persona en dichas poblaciones pueda ser aleatoriamente elegida para responder a la encuesta planteada. En este caso se usa el muestro probabilístico por conglomerado, debido a que la selección de las áreas limita el tipo de muestra a utilizar.

Además, el cálculo de la muestra se realizó utilizando la fórmula de población finita. Para López & Fachelli (2016), "...una población finita a toda población formada por menos de 100.000 unidades, e infinita a aquella que tiene 100.000 o más" (p.8). Esto quiere decir que la población es conocida porque tiene componentes capaces de ser enumerados. Es apropiado para la investigación teniendo en cuenta que el promedio mensual de turistas en Puerto Quito de acuerdo con la información recaba es de 3 142; a continuación, se presenta una tabla que da a conocer los registros de turistas en la Provincia de Pichincha en 2019.

**Tabla 2**

*Ferriados en la provincia de Pichincha*

<b>Provincia Pichincha (2019)</b>							
	<b>Tarifa Promedio</b>	<b>Pernoctaciones</b>	<b>Extranjeros (%)</b>	<b>Nacionales (%)</b>	<b>Ingresos (\$)</b>	<b>Turistas nacionales</b>	<b>Turistas extranjeros</b>
<b>Carnaval</b>	\$ 53,00	1,2	29%	71%	\$8.000.000,00	89308	43774
<b>Semana Santa</b>	\$ 50,00	1,2	17%	83%	\$7.000.000,00	104403	25660
<b>1ro de mayo</b>	\$ 48,00	1,1	37%	63%	\$6.000.000,00	86449	55849
<b>24 de mayo</b>	\$ 48,00	1,2	36%	64%	\$7.000.000,00	80503	54340
<b>10 de agosto</b>	\$ 55,00	1,3	32%	68%	\$8.000.000,00	78955	48302
<b>9 de octubre</b>	\$ 45,00	1,3	47%	53%	\$3.000.000,00	61538	70943
<b>2 y 3 de noviembre</b>	\$ 42,00	1,1	27%	73%	\$9.000.000,00	100172	40755
<b>Fin de año</b>	\$ 50,00	1,2	30%	70%	\$9.000.000,00	88050	45283

TOTAL TURISTAS AÑO 2019	689379	384906
PROMEDIO DE TURISTAS MENSUAL	57448	32075
Promedio mensual de turistas en Puerto Quito (5.47%)	3142	

Nota. Esta tabla representa la estratificación del universo de estudio, el cálculo que se realizó en base a los feriados de 2019 en Pichincha sobre los turistas nacionales, y por último el promedio mensual de turistas en Puerto Quito.

Al contar con este dato importante se procede a realizar el cálculo de la muestra con la fórmula antes mencionada de población finita:

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

Los datos para considerar son los siguientes:

<b>Z=</b>	Nivel de confianza	95%	1.96
<b>N=</b>	Población	3142	
<b>p=</b>	Probabilidad a favor	50%	0.5
<b>q=</b>	Probabilidad en contra	50%	0.5
<b>e=</b>	Error de estimación	6%	0.06
<b>n=</b>	Tamaño de la muestra	?	

Aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{3142 * (95\%)^2 * 50\% * 50\%}{(6\%)^2 * (3142 - 1) + (95\%)^2 * 50\% * 50\%}$$

$$n = \frac{3142 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.06)^2 * (3142 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3142 * (3.84) * 0.5 * 0.5}{(0.0036) * (3141) + (3.84) * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3016.32}{}$$

10.86

n=

277

Por último, el cálculo da como resultado 277 individuos que residen en las ciudades emisoras de turismo para Puerto Quito. Con esta muestra se procede a la recolección de información.

### 3.1.2 Instrumentos de recolección

Los instrumentos de recolección utilizados en el estudio fueron la encuesta y entrevista; cada una fue desarrollada para recabar información relevante e indispensable para el emprendimiento. Con base en Hernández & Ávila (2020), “el instrumento de recolección de datos está orientado a crear las condiciones para la medición” (p.51), es necesario saber elegir el instrumento para obtener datos objetivos y subjetivos para el desarrollo del emprendimiento.

#### 3.1.2.1 *Entrevista*

La entrevista es una herramienta capaz de obtener datos cualitativos; esencialmente se crea un cuestionario base, y las respuestas depende del conocimiento del entrevistado, según Folgueiras (2016):

El principal objetivo de una entrevista es obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos, experiencias, opiniones de personas. Siempre, participan –como mínimo- dos personas. Una de ellas adopta el rol de entrevistadora y la otra el de entrevistada, generándose entre ambas una interacción en torno a una temática de estudio. (p. 2)

El número de entrevistas depende de la información a obtener, pero en la mayoría de las investigaciones se realizan un reducido número de estas. En base a lo necesitado para el emprendimiento se aplicó una entrevista semi estructurada con un cuestionario de preguntas abiertas; la entrevista fue dirigida



especialmente a personas de la comunidad “Naranjal de los Chachis”. El objetivo principal es adquirir información sobre la nacionalidad Chachi con base en los testimonios de su población.

### 3.1.2.2 Encuesta

La encuesta es un elemento importante en la recolección de información, porque a diferencia de la entrevista se puede encuestar a más individuos. Para Buendía et al. (1998, citado en Martínez, 2017):

La encuesta sería el método de investigación capaz de dar respuestas a problemas tanto en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida de información sistemática, según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida. (p. 9)

De acuerdo con las recomendaciones brindadas se efectuaron solo preguntas cerradas en base a los objetivos planteados. El tiempo promedio para la aplicación de la encuesta es de 3 minutos; las encuestas se destinaron a personas que residen en Ibarra, Quito, Ambato, Santo Domingo y Quinindé, siendo estas las ciudades emisoras de turistas para Puerto Quito. El objetivo principal es determinar la factibilidad de la propuesta del emprendimiento.

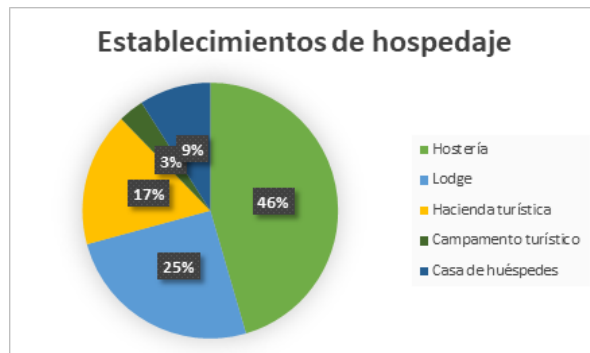
### 3.1.3 Resultados y discusión

Los resultados obtenidos corresponden a las encuestas aplicadas de forma digital a personas que residen en las distintas zonas emisoras de turismo para Puerto Quito, se utilizó la plataforma Microsoft Forms y se realizaron durante el mes de junio del 2021. El análisis comprende a partir de la pregunta 2.7 (¿En cuál de los siguientes establecimientos acostumbra a hospedarse?) debido a que se relaciona directamente con las preferencias e intereses de los encuestados para el diseño de un *Lodge* basado en la nacionalidad Chachi; a continuación, se dan a conocer los resultados.

## Encuestas

Figura 1

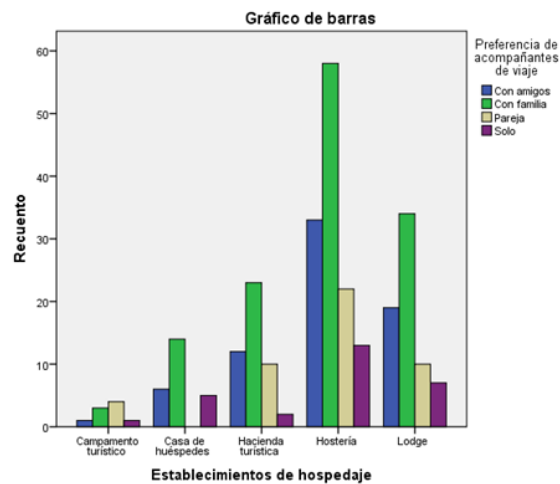
### Establecimientos de hospedaje



Los principales alojamientos preferidos por los encuestados son: la hostería con el 46 % y el *Lodge* con el 25%. Es así como la cuarta parte de los encuestados que optaron por hospedarse en un *Lodge* es debido a que en la actualidad el turista nacional prefiere alojarse en establecimientos con enfoques sostenibles, relacionados más con la naturaleza y su preservación para futuras generaciones.

Figura 2

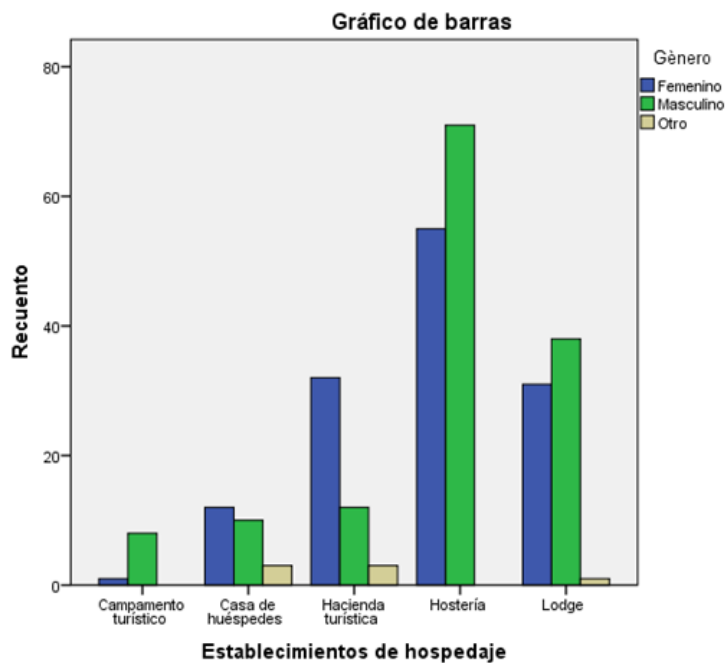
### Establecimientos y preferencias de viaje



Entre los 25% de los turistas encuestados que eligen hospedarse en un *Lodge*, se evidencia que sus preferencias de viaje son estar acompañados de familia y amigos. Por lo tanto, los servicios a brindar deben encaminarse a familias y grupos de amigos, debido a que los turistas nacionales optan por este tipo de compañía al ser muy unidos haciendo de la experiencia de viaje algo único.

**Figura 3**

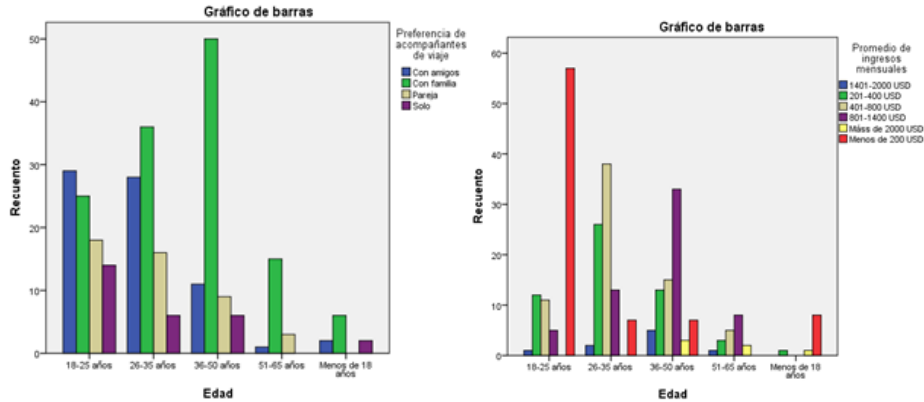
*Establecimientos y género*



Entre los turistas que se han hospedado en un *Lodge*, de acuerdo con los resultados no existe diferencia significativa entre la cantidad de hombres y mujeres que se han establecido en este lugar. Pues se puede observar en la gráfica que el género masculino es mayor al femenino. Como se analizó anteriormente, el grupo familiar se comportó predominante en el uso de este establecimiento, por ende, es comprensible un equilibrio entre los géneros masculino y femenino.

**Figura 4**

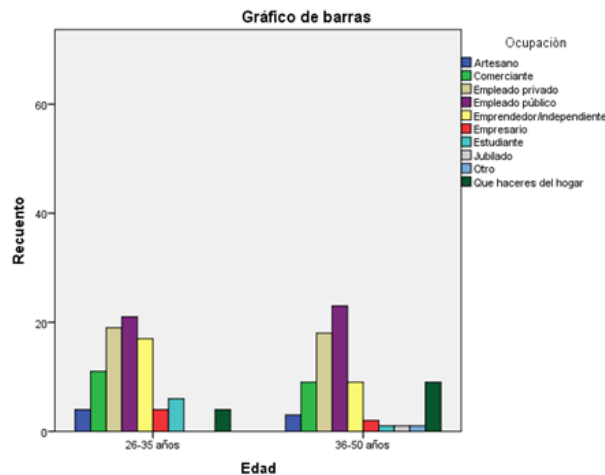
*Edad con preferencia de viaje y promedio de ingresos*



El segmento familiar predomina como modalidad de viaje en todo el rango de edades establecidas en la encuesta, para identificar de manera más efectiva la edad de los turistas considerados como potenciales clientes, se utilizó un análisis adicional tomando en cuenta los ingresos mensuales promedio, y de esta forma identificar los turistas cuyos ingresos sean mayores a 400 \$, considerado aproximadamente el salario básico en el Ecuador. Es así como, el mercado consumidor de este proyecto radica entre las personas que tiene de 26 a 50 años de acuerdo con lo proyectado.

**Figura 5**

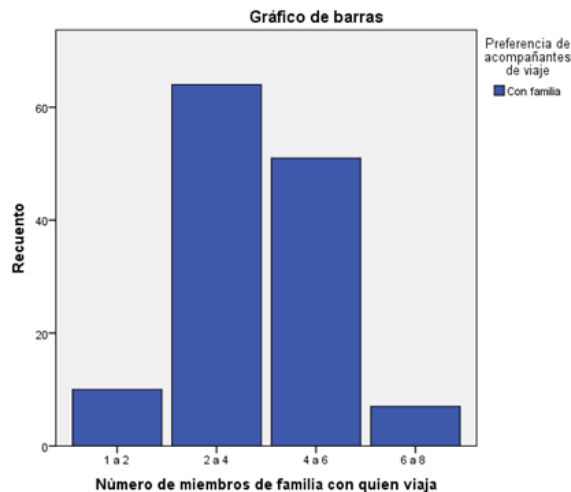
*Edad y ocupación*



Después del análisis previo, donde resultó como potenciales clientes los turistas entre 26 y 50 años, se complementó dicho análisis con la información de las ocupaciones que desempeñan. Se identificó que la mayoría desempeñan funciones como empleados públicos, privados y emprendedores; de igual manera los turistas de 36 a 50 años, con la única diferencia de que los emprendedores si son significativamente menores en relación con las dos ocupaciones anteriores. Es por esto por lo que presente proyecto puede enfocarse en estrategias que ayuden a dirigirse de manera más objetiva a los empleados públicos, privados y emprendedores que se encuentren dentro de las últimas edades mencionadas.

**Figura 6**

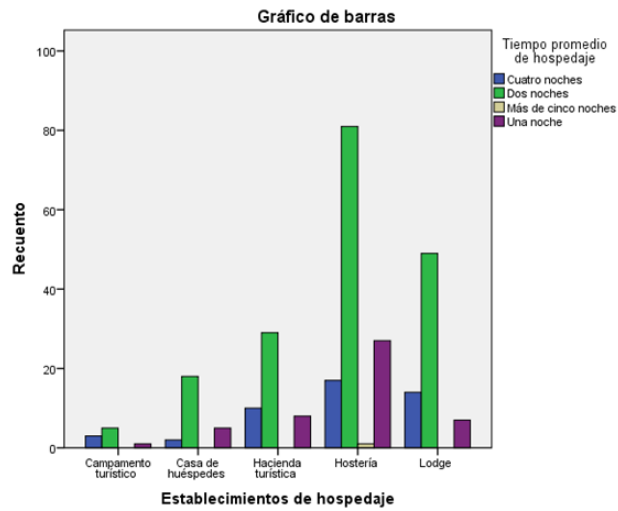
*Número de integrantes en el grupo familiar*



Se analizó el número de miembros de familia con quien viaja el turista y se lo cruzó con el grupo familiar. De este modo se identifica que las familias ecuatorianas viajan acompañadas de entre 2 a 6 personas, de acuerdo con el INEC las familias ecuatorianas tienen en promedio de 6 integrantes. Se presenta de este modo la posibilidad de crear paquetes familiares de entre dos a seis personas.

**Figura 7**

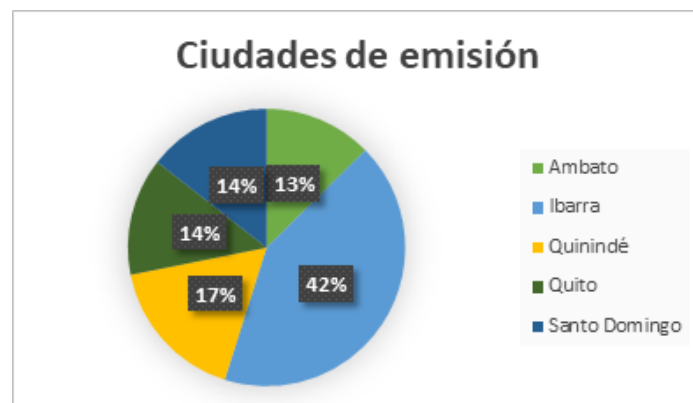
*Establecimientos con tiempo promedio de hospedaje*



En el caso del *Lodge*, se puede apreciar un predominio claro en “dos noches” como tiempo de estadía que los turistas suelen utilizar para hospedarse en este lugar. Por lo tanto, se plantea tener en cuenta que en los paquetes turísticos debe ofertar servicios destinados a desarrollarse en tres días. Considerando que los ecuatorianos toman feriados y días de descanso no mayores de dos a tres días.

**Figura 8**

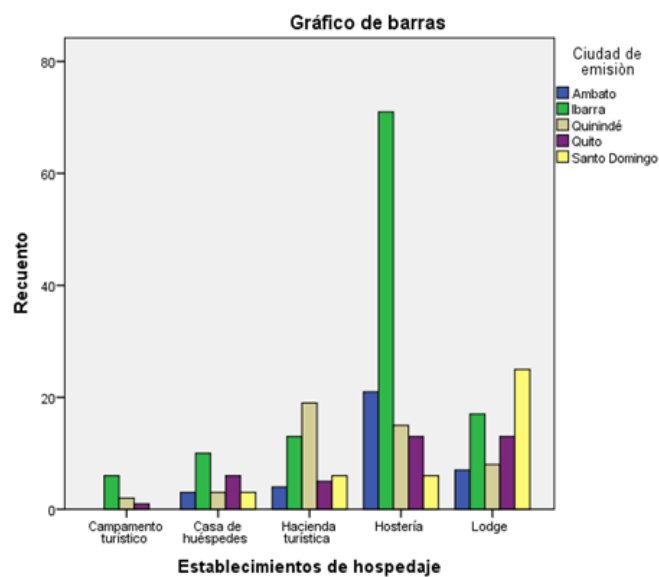
*Ciudades emisoras de turismo*



Al analizar las ciudades de emisión de los turistas que llegan a Puerto Quito resulta que la mayoría proviene de la ciudad de Ibarra, con el 42% de los turistas, luego se encuentran Quinindé con el 17%, seguido con 14% está la ciudad de Quito, por último, Santo Domingo y Ambato con el 13%. El turista Ibarreño se muestra como el predominante en ciudades emisoras por su preferencia de lugares naturales y cálidos.

**Figura 9**

*Establecimiento y ciudades emisoras de turismo*



Al momento de enfocar los resultados en aquellos turistas que se han hospedado en *Lodge*, se puede evidenciar que la mayoría de ellos viajan desde la ciudad de Santo Domingo, Ibarra y Quito principalmente como lugares de origen. Con los resultados presente, se puede afirmar que el proyecto a realizarse debe enfocar sus esfuerzos en mantener los canales de comunicación con las 3 ciudades mencionadas anteriormente. De manera especial, se debería fortalecer estos canales con la ciudad de Ibarra, pues es el lugar con mayor cantidad de turistas que visitan Puerto Quito, quienes podrían convertirse en potenciales consumidores del proyecto.

**Figura 10**

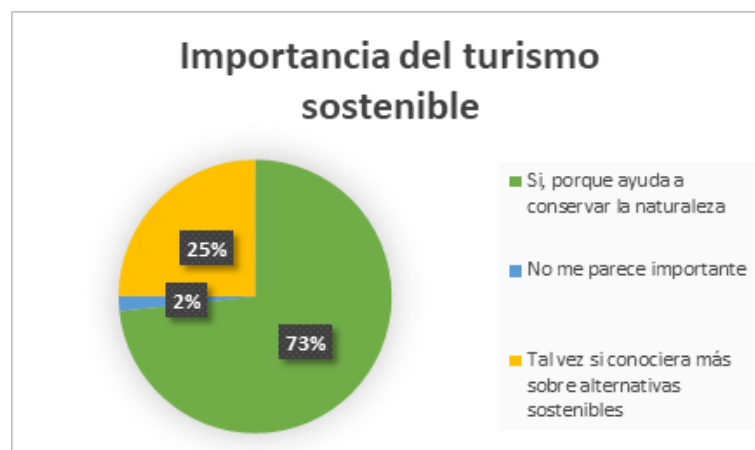
*Preferencia de alojamiento en entornos naturales*



Mediante la gráfica se puede observar que el 87% de los encuestados afirmaron su gusto por hospedarse en entornos naturales, mientras que apenas el 13% respondió que no le gusta alojarse en estos. Para el desarrollo del presente proyecto, estos resultados son favorables, pues indica que existe una clara aceptación de estadias en entornos naturales, tomando en cuenta que una de las características más significativas de un *Lodge*, es precisamente la ubicación y realización de actividades relacionadas con este entorno. Comprendiendo los resultados debido a que los turistas en la actualidad buscan alojarse en ambientes tranquilos y en relación con la naturaleza.

**Figura 11**

*Importancia del turismo sostenible*

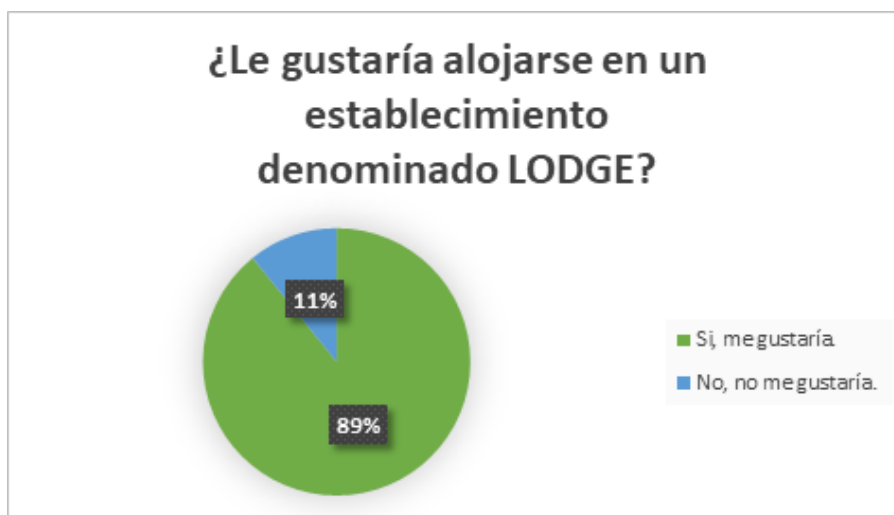




Respecto a la importancia de realizar turismo sostenible, el 73% de los encuestados respondieron que sí les parecía importante porque ayuda a conservar la naturaleza, el 25% respondieron que tal vez, si conocieran más sobre alternativas sostenibles, y al restante 2% no le parecía importante. Estos resultados apoyan al proyecto a realizarse, pues la mayoría de los encuestados respondieron a favor del turismo sostenible, tomando en cuenta que en la actualidad los turistas buscan disminuir el impacto medioambiental a lo largo de sus desplazamientos.

**Figura 12**

*Alojamiento Lodge*



Mediante este análisis se puede establecer que el 89% de los encuestados se comportarían como posibles consumidores del presente proyecto, pues afirman que les gustaría hospedarse en un *LODGE*. Estos resultados reflejan que este proyecto tiene mercado y apoya a la factibilidad en su desarrollo. En este resultado se refleja el interés de los turistas nacionales por buscar un tipo de alojamiento diferente con un enfoque más natural y sostenible, relacionándolo con el interés de realizar turismo de una forma más sostenible a lo largo del tiempo, disminuyendo el impacto que pueda ocasionar.

**Figura 13**

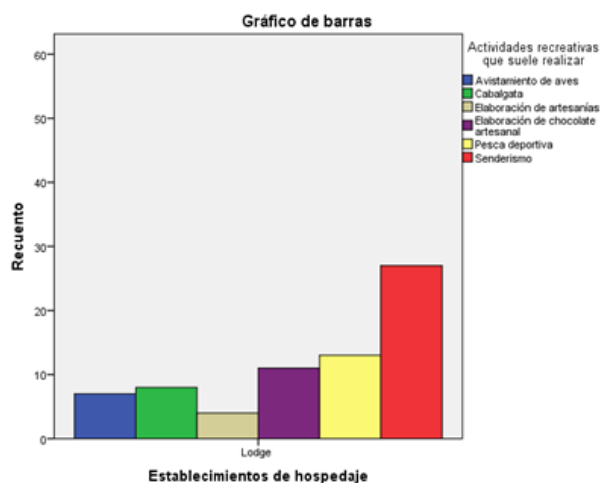
*Actividades recreativas*



De manera general, las actividades recreativas que suelen realizar los encuestados durante su hospedaje se desarrollaron de la siguiente manera: el 38% de los turistas realizan senderismo, el 17% pesca deportiva, el 14% cabalgata, el 12% elaboración de chocolate artesanal, el 10% elaboración de artesanías y el restante 9% avistamiento de aves; por lo tanto, se puede asumir que las 3 actividades recreativas principales a ofrecer son senderismo, pesca deportiva y cabalgata.

**Figura 14**

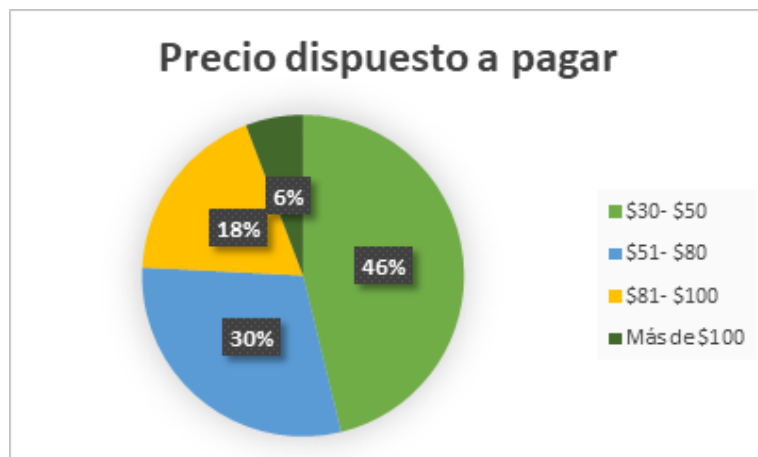
*Establecimientos de hospedaje con actividades recreativas*



Se puede observar que, a diferencia del análisis general sobre las actividades recreativas realizadas, al momento de realizar el cruce con el establecimiento *Lodge*, la tercera actividad realizada es la elaboración de chocolate artesanal, y en último lugar se encuentra la cabalgata. Mediante estos resultados se podría decir que quizá el *Lodge* donde se hospedaron los turistas no contaba con la actividad de cabalgata, debido a que los resultados generales arrojan que los encuestados preferían realizar esta actividad entre sus primeras tres opciones, por lo tanto, en el presente proyecto convendría ofrecerla con el fin de atrapar mayor cantidad de clientes.

**Figura 15**

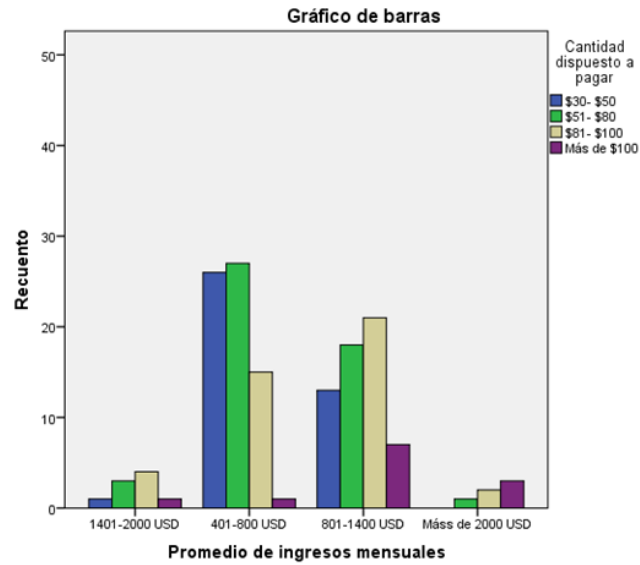
*Precio dispuesto a pagar*



La cantidad de dinero dispuestos a pagar por los turistas encuestados se reflejan de la siguiente manera: el 46% escogió el rango de \$30 a 50\$, el 30% el rango de \$51 a \$80, el 18% de \$81 a \$100 y el restante 6% más de \$100. Claramente se observa una preferencia por el rango más bajo, hasta \$51, pero la diferencia no es muy significativa comparado con los turistas dispuestos a pagar hasta \$80. Por lo tanto, podría considerarse ambos rangos como tentativas referencias para poner precios a los paquetes a ofrecerse por el proyecto.

**Figura 16**

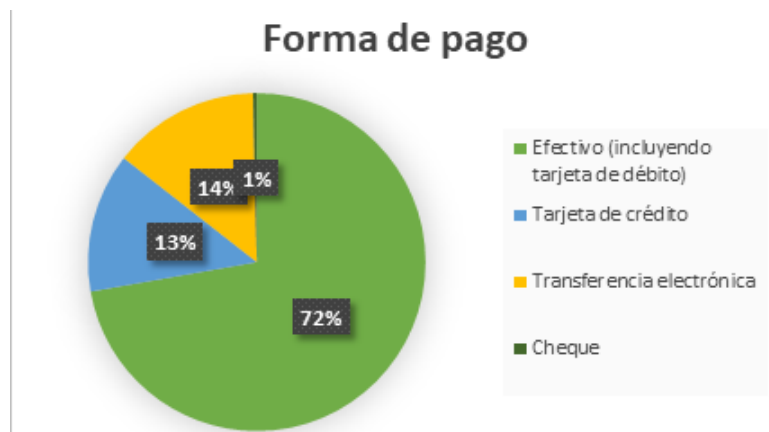
*Precio con ingresos promedio*



Considerando solo a los turistas con ingresos mayores a \$400, se puede observar que en todos los rangos de ingresos mensuales se está dispuesto a pagar desde \$30 hasta \$100 sin mucha variación. Por lo tanto, se podría asumir que, para el beneficio mutuo entre los turistas y el desarrollo del emprendimiento, se deberían realizar dos grupos de paquetes, el primero con precios desde los \$51 a \$80 y el segundo desde \$81 a \$100.

**Figura 17**

*Forma de pago*



Con respecto a las formas de pago, el 72% de los turistas realizan el pago de los servicios en efectivo, el 14% mediante transferencias electrónicas, el 13% mediante tarjetas de crédito y el 1% a través de cheques. El comportamiento de los turistas demuestra que aún priorizan el pago de la estadía y demás servicios mediante el efectivo, sin embargo, hoy en día con la pandemia y acelerado desarrollo de la tecnología, el presente proyecto debe tener modalidades de pago a larga distancias de tal manera que agilice el proceso de pago y reservación.

**Figura 18**

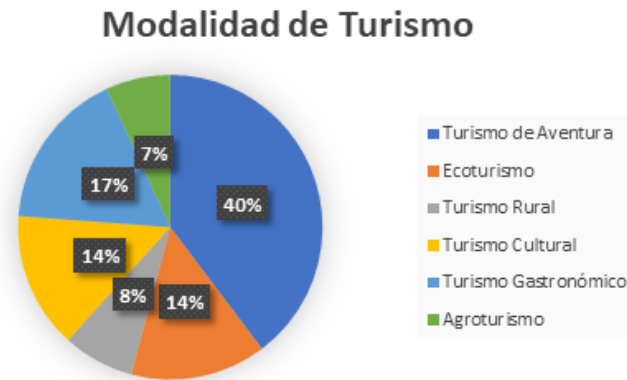
*Aplicaciones para buscar alojamiento*



Claramente los resultados muestran las aplicaciones preferidas por los turistas para realizar la búsqueda de los establecimientos de hospedaje, reflejadas en los respectivos porcentajes: con un 44% Facebook, con un 28% Instagram, con 15% Booking y con 13% Tripadvisor. En consecuencia, este proyecto debe utilizar principalmente las redes sociales de Facebook e Instagram para comercializar sus servicios, de tal forma que llegue a la mayoría de los turistas y los mantengan informados constantemente, así mismo mediante estas aplicaciones recibir recomendaciones para mejorar los servicios ofrecidos, considerando que en la actualidad estas son las redes sociales con más impacto.

**Figura 19**

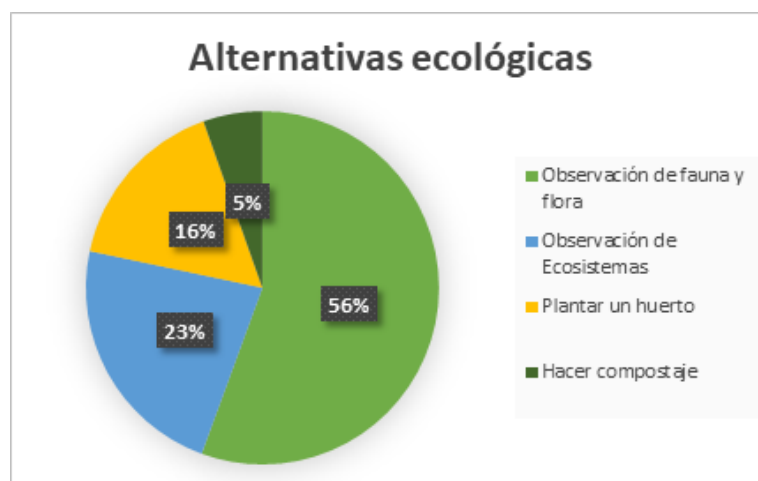
*Modalidades de turismo*



Mediante el análisis de las modalidades de turismo que los encuestados prefieren realizar se obtuvo los siguientes resultados: el 40% de los turistas prefiere en turismo de aventura, el 17% turismo gastronómico, el 14% turismo cultural, el siguiente 14% ecoturismo, el 8% turismo rural y el restante 7% agroturismo. Según estos resultados, es conveniente para el desarrollo de este proyecto incluir actividades encaminadas principalmente al turismo de aventura, gastronómico, cultural y ecoturismo, con el fin de acaparar la mayoría de las preferencias expresadas por los posibles consumidores.

**Figura 20**

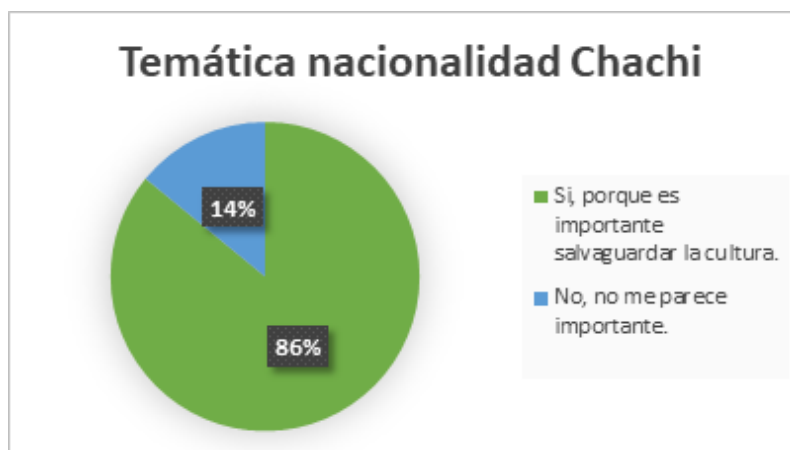
*Alternativas ecológicas*



Mediante el análisis de las alternativas ecológicas que les gustaría practicar a los encuestados se observó los siguientes resultados: El 56% prefieren la observación de fauna y flora, mientras que el 23% la observación de ecosistemas, el 16% plantar un huerto y el 5% hacer compostaje. De acuerdo con los resultados mencionados anteriormente es conveniente ofrecer a los turistas actividades como la observación de fauna y flora y observación de ecosistemas, con la finalidad de satisfacer y comprender gustos actuales de los turistas que prefieren realizar turismo en la naturaleza de forma ecológica.

**Figura 21**

*Temática nacionalidad Chachi*



A través del análisis de la pregunta “¿Le interesa el diseño de un *LODGE* con temática basada en la nacionalidad Chachi del Ecuador?” se observó los siguientes resultados: el 86% mencionan que si es importante salvaguardar la cultura y el 14% mencionan que no le parece importante. De acuerdo con los resultados mencionados anteriormente es conveniente el diseño de un *Lodge* con temática basada en la nacionalidad Chachi del Ecuador debido a que existe en su mayor parte la aprobación de los encuestados. En conclusión, los grupos predominantes del mercado consumidor son las familias principalmente; sin embargo, existe un considerable nicho de mercado de parejas y amigos.

## **Segmento de mercado consumidor para el Lodge**

- Provenientes de las ciudades; Ibarra, Quinindé y Quito.
- El mercado consumidor de este proyecto radica entre hombres y mujeres de 26 a 50 años.
- Con un nivel de educación de Secundaria y Superior.
- Sus ocupaciones varían entre; empleados públicos, privados y emprendedores.
- El nivel de ingresos con el que cuentan es de más de \$425.
- Su nivel socioeconómico es de medio-típico.
- En su estilo de vida son personas que se consideran aventureros.

## **Comportamiento de consumo**

- Preferencia de hospedaje; hostería, *Lodge* y hacienda turística.
- Entre sus preferencias de viajes se encuentran: grupos familiares, amigos y parejas.
- El uso de alojamiento es aproximadamente de dos a cuatro noches.
- Dispuestos a pagar de \$51- \$80 y de \$81- \$100.
- Formas de pago; efectivo y transferencia electrónica.
- Utilizan las redes sociales como Facebook e Instagram para conocer acerca de servicios de hospedaje.
- Realizan actividades basadas en las modalidades de aventura, gastronomía y cultura.
- Actividades recreativas que están dispuestos a realizar son senderismo, pesca deportiva y cabalgata.

## **Entrevistas**

A continuación, se presenta las respuestas obtenidas de la aplicación de las entrevistas. Cabe recalcar que de todas las entrevistas se eligió las dos que más información proporcionaron.



**Sujeto de estudio:** Personas de la comunidad “Naranjal de los Chachis”

**Entrevistado:** Doctor José Añapa Cimarrón

**Ocupación:** Inspector general en la Unidad Educativa Batalla de Tarqui

**Fecha y hora de entrevista:**

**Fecha:** 27 de mayo del 2021

**Hora:** 14:06

**1. Datos generales:**

**1.1 ¿Cuántas personas conforman su comunidad?**

489 personas.

**1.2 ¿Cuánto tiempo llevan viviendo en ese lugar?**

Desde el año de 1952. Se llama comunidad Huayacana.

**2. Patrimonio Cultural Material**

**2.1 ¿Existe algún documento, manuscrito o artefacto que sea representativo de la comunidad? (Por ejemplo; fotografías, obras de arte, artefactos históricos o grabaciones)**

No existen fotografías antiguas, solo pocas actuales de festividades, pero no se representa en si la cultura antigua, pero se intenta rescatar un poco.

**2.2 ¿De qué material está construidas su vivienda?**

Antes se construían de caña de huayacan, en la actualidad se utilizan las casas normales de cemento.

**2.2.1 ¿La comunidad utiliza algún procedimiento para construir las viviendas?**

Antes se construían las casas elevadas por el miedo de cualquier insecto, en eso se basaba y se empleaba la caña de huayacan para las paredes, de esta forma se cubría los lados y el techo.

**2.2 ¿La comunidad tiene algún monumento o sitio histórico?**

No sitios históricos, se cuenta con las iglesias de las respectivas religiones de la comunidad.

### **3. Patrimonio Cultural Inmaterial**

#### **3.1 ¿Qué tipo de vestimenta utilizan en la comunidad?**

La vestimenta aún se mantenía hasta el 75 y empezaron a cambiar la forma de vestirse desde el 83, actualmente no he visto a ningún Chachi que utilice la antigua vestimenta.

Antes por fuera solo cargaban la manta nada más, no era cubierto, también se pintaban rayas en la cara de color rojo con materiales naturales. (achiote).

#### **3.2 ¿Existe algún tipo de shamán en su comunidad?**

Si, es para curar enfermos, son curanderos, trabajan solo por la noche.

#### **3.3 ¿Cuál es la costumbre más representativa de la comunidad?**

Ya no existe la anterior cultura, quienes sabían eso ya no existen. Ahora valoran lo occidental, pero antes lo más representativo era la vestimenta

##### **3.3.1 ¿Existe alguna fiesta que celebra toda la comunidad?**

La Semana Santa, Navidad y matrimonios. En la Navidad se reparten los Shampones, se echan los perfumes, se reparten los cigarrillos y la bebida, nada más. En Semana Santa se guardan los días de trabajo, se desayuna al golpe de las 12pm o 1pm, se hace esto a partir del martes y se termina en el domingo de la Pascua.

#### **3.4 ¿Usted habla el idioma Cha'palaa en la comunidad?**

Si, aún se habla el idioma de la comunidad, es algo que se intenta mantener.

#### **3.5 ¿Cuál es el plato típico que se realiza en la comunidad?**

Se cocina la yuca, el maíz en eso se basa los platos típicos es lo más esencial, de ahí se puede acompañar con cualquier cosa pescado o gallina.

### **3.6 ¿Cuál es la bebida representativa en la comunidad?**

No existe una bebida representativa, en las festividades lo que más se toma es la huanchaca, el alcohol.

### **3.7 ¿Existe alguna religión por la cual se guíen en la comunidad?**

La comunidad se divide en dos religiones la católica y los mormones. Ambas religiones tienen templos y pastores Chachis.

### **3.8 ¿Qué se hace en la bodas o uniones de parejas dentro de la comunidad? ¿Qué es lo más representativo?**

Cuando se realizan matrimonios en la comunidad tiene una señal muy sagrada para esto se utiliza una cinta de unión, se pone en la cabeza en forma de cruz cruzado, lo cual simboliza la unión, inseparables, eso se mantiene en las ceremonias.

La decisión de casarse es solo de las dos personas, nadie interviene, ni las familias. En caso de que se cometa adulterio si un chico engaña a su mujer las autoridades sancionan por la infidelidad.

### **3.9 ¿Realizan algún tipo de ceremonia al fallecer un miembro de la comunidad?**

Se hacen canticos entre los comuneros, no participa el shamán, porque solo es para sanación. Además, se hacen juegos para pasar el tiempo por la noche.

### **3.10 ¿Por qué considera que se pierde la cultura de la nacionalidad Chachi?**

Bueno eso fue por el desconocimiento porque en la enseñanza educativa los docentes no nos daban historia, y algunos salían a la ciudad y recibían la enseñanza así del mundo tradicional. Si fuera como ahora la educación bilingüe, ya que antes no existíamos docentes Chachi, yo creo que se va a poder rescatar no el 80% sino un 30% de la cultura e identidad.

Actualmente la cultura nuestra está perdida, antes no existía la poligamia o el adulterio, ahora existe, entonces nos preguntamos cómo se genera y como se previene eso en la comunidad, eso en mi opinión.

## **Análisis**

En la comunidad Naranjal de los Chachis la población es reducida, la emigración ha sido una de las principales causas para la pérdida de sus costumbres y tradiciones. Son una población consciente de su cultura, al menos las personas adultas, pero los jóvenes buscan otro tipo de intereses; a pesar de esto las personas se preocupan por implementar acciones orientadas para salvaguardar su nacionalidad. Están desde hace 5 años trabajando en conjunto con Esmeraldas para realizar una planificación que en lo posible logre rescatar un 30% de su identidad.

**Sujeto de estudio:** Personas de la comunidad “Naranjal de los Chachis”

**Entrevistado:** Profesor Jorge Quiñones

**Ocupación:** Docente en la Unidad Educativa Batalla de Tarqui

**Fecha y hora de entrevista:**

**Fecha:** 27 de mayo del 2021

**Hora:** 14:30

**1. Datos generales:**

**1.1 ¿Cuántas personas conforman su comunidad?**

387 personas.

**1.2 ¿Cuánto tiempo llevan viviendo en ese lugar?**

Soy nativo aquí de la zona Canandé, he vivido aquí toda mi vida. Se llama Comunidad Ñanpi.

**2. Patrimonio Cultural Material**

**2.1 ¿Existe algún documento, manuscrito o artefacto que sea representativo de la comunidad? (Por ejemplo; fotografías, obras de arte, artefactos históricos o grabaciones)**

No se tiene registros de nada, no fotos, ni documentos.

**2.2 ¿De qué material está construidas su vivienda?**

Antiguamente la construcción solo era del maderable huayacan, además el piso se hacía con el pambil.

**2.2.1 ¿La comunidad utiliza algún procedimiento para construir las viviendas?**

Antes se picaba el pambil, bien picado para hacer el piso de la casa, con el huayacan se hacían las paredes, pero no tenían divisiones, no cuartos, era un salón libre, al aire libre antes vivían, no había ninguna madera a los lados. El techo es de pambil eso es fresquito cuando está el sol.

## **2.2 ¿La comunidad tiene algún monumento o sitio histórico?**

No, lo único común es la casa comunal donde se hacen las celebraciones, eso es de todos.

## **3. Patrimonio Cultural Inmaterial**

### **3.1 ¿Qué tipo de vestimenta utilizan en la comunidad?**

Ahora solo es la vestimenta normal, antes las mujeres solo usaban una tela roja para tapar su parte baja, y lo demás descubierto. Los hombres igual. Pero ahora a los jóvenes les da vergüenza.

### **3.2 ¿Existe algún tipo de shamán en su comunidad?**

Antes sí, pero hace dos años murió, era mi primo.

### **3.3 ¿Cuál es la costumbre más representativa de la comunidad?**

De nuestra cultura representa lo que representa es la vestimenta. Antiguamente las mujeres se vestían solo la parte de abajo con una franja, y sin nada arriba, eso era la costumbre todas sin importar la edad, no tenían vergüenza de eso, pero ahora esa costumbre ya se está eliminando. Los hombres una costumbre se ponían una camisola que no tapaba.

#### **3.3.1 ¿Existe alguna fiesta que celebra toda la comunidad?**

Los casamientos se celebran en toda la comunidad, se unen todos a festejar en la casa comunal, pero no se hace más.

### **3.4 ¿Usted habla el idioma Cha'palaa en la comunidad?**

Los mayores sí, pero los jóvenes no, yo sí puedo hablar Cha'palaa.

### **3.5 ¿Cuál es el plato típico que se realiza en la comunidad?**

El plato típico es Chape, es un vegetal natural en el monte cosechamos, en las fincas hay. También Gugoyo de Pambil, ahorita comemos más, porque antes solo comían pescado con verde, mi padre no come arroz, pero los jóvenes no comen si no hay arroz.

### **3.6 ¿Cuál es la bebida representativa en la comunidad?**

La bebida se toma la huanchaca, porque natural se toma jugo de caña, se deja 3 o 4 días y queda fuerte. Antes se hacía, ahora solo compran cerveza.

### **3.7 ¿Existe alguna religión por la cual se guíen en la comunidad?**

En la zona hay dos religiones la católica y los mormones. Pero en nuestra comunidad solo somos de la religión católica, una sola.

### **3.8 ¿Qué se hace en la bodas o uniones de parejas dentro de la comunidad? ¿Qué es lo más representativo?**

El casamiento se hace en la casa comunal los novios, padrinos y padres. Se lleva los instrumentos musicales como la marimba, la fiesta dura dos días, por las noches también. Ahí utilizan la vestimenta la franja roja, pero es poco.

Antiguamente cuando un padre quería casar a su hijo lo llevan por fuerza con la mujer y los entregaban en casamiento. No dejaban comprometer con nadie de afuera de la comunidad. Pero en la actualidad es diferente, se enamoran nomas, se casan y hasta se van de la comunidad.

### **3.9 ¿Realizan algún tipo de ceremonia al fallecer un miembro de la comunidad?**

Se lleva a casa comunal y lo dejan ahí para que se reúnan la gente, se hacen juegos por la noche, 20 o 30 personas juegan. Hay diferentes tipos de juegos que hacen. La velación dura una noche entera.

### **3.10 ¿Por qué considera que se pierde la cultura de la nacionalidad Chachi?**

Es por las emigraciones, mucha gente sale y ese es el problema. En este tiempo el estudio de los jóvenes, ellos miran los ambientes de afuera por eso perdemos hasta nuestro idioma, los jóvenes no utilizan nuestra lengua Chapala, hablan poco. En Esmeraldas en dirección bilingüe, ni si quiera ellos utilizan el idioma de nuestra cultura, solo el castellano, ellos deben dar el ejemplo. Además, nosotros los profesores hablamos poco. Esa es una debilidad, yo a mi hijo le digo

que nuestra cultura se perderá en 10 años. Para no perder tenemos la Federación Centro Chachi Esmeraldas, pero vamos 5 años de lucha para rescatar nuestra cultura.

## **Análisis**

La comunidad Ñanpi, pertenece a la nacionalidad Chachi, su semejanza con la Comunidad Naranjal de los Chachis radica en, la lastimosa, perdida de su cultura. Aunque existen aún rasgos de su identidad que se pueden apreciar; pero como argumenta el encuestado en aproximadamente 10 años los pobladores piensan que se perderán completamente sus costumbres y tradiciones. Las cuales en la actualidad están siendo remplazadas por comportamientos diferentes por parte de los jóvenes, a pesar de esto, en su mayoría los docentes tienen como objetivo salvaguardar esta cultura. Es por eso por lo que cuentan con la Federación Centro Chachi Esmeraldas, para rescatar su cultura.

## **Cruce de las encuestas**

En base a las 15 encuestas realizadas a personas pertenecientes a la nacionalidad Chachi se analizaron varios aspectos similares:

- Sus costumbres no son empleadas en las personas más jóvenes.
- La vestimenta que los representa no es usada muy a menudo. Algunas personas optan por usar los trajes característicos de su cultura en ceremonias como matrimonios.
- Existen dos religiones predominantes en la zona; los católicos y los mormones.
- En las comunidades no existen rasgos característicos de la nacionalidad, ni monumentos. Además, las construcciones se realizan de forma occidental, es decir no utilizan los saberes de antaño.



- No existen chamanes en las comunidades encuestadas, esto se debe a la escases de interés por parte de los jóvenes en aprender sobre los conocimientos ancestrales.
- Uno de los mayores intereses es preservar la cultura. Intentar enseñar a los jóvenes sobre las costumbres y el idioma de la nacionalidad Chachi.

### 3.1.4 Segmentación de mercados

Las encuestas se han aplicado a 277 personas ecuatorianas de las zonas emisoras de turismo para Puerto Quito, las cuales son; Ambato, Ibarra, Quito, Quininde y Santo Domingo, en un rango de edad entre menos de 18 hasta más de 65 años en seis rangos; con respecto al género no existe mucha diferencia entre hombres y mujeres. Por otra parte, aunque predominan los solteros se consideró para la investigación pertinente tomar en cuenta a los casados por su prominente número. En base al nivel de instrucción la mayoría cuenta o está en proceso de obtener un título universitario, seguido por bachilleres.

La mayoría de encuestados en el momento están cursando estudios, seguidos por empleados públicos y privados, estas tres variables representan aproximadamente el 64% de toda la población encuestada. Los ingresos se derivan entre personas que ganan menos que la canasta básica y un grupo que obtienen ingresos mensuales entre \$400 a \$800. A continuación, se puede observar la segmentación antes redactada.

#### **Tabla 2**

##### *Segmentación de mercados*

---

### **SEGMENTACIÓN DE MERCADOS**

---

Producto turístico: Lodge basado en la nacionalidad Chachi en el recinto la Nueva Esperanza, Puerto Quito, Pichincha- Ecuador

---

<i>Segmentación Geográfica</i>			
	<i>Variable</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<b>País:</b>	Ecuador	17.621.282	100%
<b>Región:</b>	Sierra	6.449.355	35,6%
<b>Provincia:</b>	Pichincha	3.228.233	50%
<b>Cantón:</b>	Quito	2.781.641	86%

*1er Resultado: 2.781.641 personas que residen en el cantón Quito.*

<i>Segmentación Demográfica</i>			
	<i>Variable</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<b>Género:</b>	Masculino- Femenino	69	0,33%
<b>Edad:</b>	26-35 36-50	37	53,6%
<b>Educación:</b>	Secundaria Superior	19	51,35%
<b>Estado civil:</b>	Soltero Casado	9	47,36%
<b>Ocupación:</b>	Empleado público Empleado privado Emprendedores	5	55,55%
<b>Ingresos:</b>	mayor de \$400	2	40%

*2do Resultado: 69 hombres y mujeres que residen en las ciudades emisoras de turismo para Puerto Quito, de 26 a 50 años, tienen una educación secundaria y/o superior, son solteros o casados, que trabajan en el sector público, privado y/o son emprendedores y ganan más de \$400*

<i>Segmentación Psicográfica</i>			
	<i>Variable</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<b>Nivel Socioeconómico</b>	Medio-típico	2	100%

*3er Resultado: 69 hombres y mujeres que residen en las ciudades emisoras de turismo para Puerto Quito, de 26 a 50 años, tienen una educación secundaria y/o superior, son solteros o casados, que trabajan en el sector público, privado y/o son emprendedores y ganan más de \$400 y que pertenecen a un nivel socioeconómico medio típico.*

<i>Segmentación Conductual</i>			
	<i>Variable</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<b>Estilo de vida</b>	Aventureros	1	50%

*Mercado meta: 69 hombres y mujeres que residen en las ciudades emisoras de turismo para Puerto Quito, de 26 a 50 años, tienen una educación secundaria y/o superior, son solteros o casados, que trabajan en el sector público, privado y/o son emprendedores y ganan más de \$400, que*

---

*pertenecen a un nivel socioeconómico medio típico y se consideran aventureros.*

---

El segmento de mercado potencial para el *Lodge* comprende de: 69 hombres y mujeres que residen en *las ciudades emisoras de turismo para Puerto Quito*, de 26 a 50 años, tienen una educación secundaria y/o superior, son solteros o casados, que trabajan en el sector público, privado y/o son emprendedores y ganan más de \$400, que pertenecen a un nivel socioeconómico medio típico y se consideran aventureros.

### 3.1.5 Clientes

Los clientes interesados en el *Lodge* por el momento son personas ecuatorianas que requieran servicio de hospedaje aproximadamente 2 noches y las siguientes modalidades de turismo:

Turismo de aventura

Ecoturismo

Turismo Cultural

Prefieren buscar servicios de alojamiento en Facebook e Instagram. Incluidos por actividades como:

Senderismo

Pesca deportiva

Elaboración de chocolate artesanal

Además, están interesados en el turismo sostenible y aprender alternativas ecológicas como; observación de fauna y flora, y plantar huertos. También, tienen interés por conocer la nacionalidad Chachi por medio de la recreación, estando en paz y armonía con la naturaleza.

### 3.1.6 Análisis de la demanda

Para determinar el análisis de la demanda se realizó la recopilación de datos de fuentes primarias y fuentes secundarias. Las fuentes primarias se obtuvieron por medio del contacto directo con el consumidor, para lo cual se aplicó una encuesta a 277 personas, por otra parte, las fuentes secundarias son estadísticas oficiales obtenidas de la Dirección de Turismo del GAD de Puerto Quito, en el cual se presentan los datos estadísticos de turistas que visitan el cantón Puerto Quito.

**Tabla 3**

*Demanda potencial para el Lodge*

<b>Población de turistas aproximado mensual que visitan el Cantón Puerto Quito</b>	<b>3 142</b>
<b>% de intención de consumo de los servicios del <i>Lodge</i></b>	<b>89%</b>
<b>Demanda potencial</b>	<b>2 796</b>

Nota. El resultado se obtuvo mediante un cálculo numérico, en el cual las variantes fueron adquiridas de la tabla 2 y los resultados de la encuesta.

Alrededor del 89% de los encuestados presentaron una intención de compra. Es así como la demanda potencial para el emprendimiento consta aproximadamente de 2 796 individuos de acuerdo con los datos analizados en la tabla. Es importante tener en cuenta que la variable central se basa en el universo que se tiene en cuenta para el cálculo de la muestra, y el porcentaje fue extraído del análisis y discusión de los resultados de las encuestas realizadas.

### 3.1.7 Análisis de la oferta

El presente emprendimiento comprende una propuesta innovadora en el ámbito turístico de la zona, debido a que cerca del recinto Nueva Esperanza existen balnearios y piscinas adecuadas para la recreación de los visitantes, pero no se encuentran alojamientos que se asemejen a un *Lodge*. Por esto se considera como un área de paso hacia las playas, además, en consecuencia, al poco desempeño en hospedaje los turistas no pernoctan en el lugar; es así como se presenta la necesidad de diseñar un *Lodge* basado en la nacionalidad Chachi que brinde alternativas sostenibles, actividades de recreación, comodidad y unión con la naturaleza.

Como competencia directa en el Cantón Puerto Quito cabe resaltar la hostería Mompar, Caoni Riverside Suites Birders Paradise by the river, ecuatorian Choco, Casa Vacacional en Puerto Quito y la hacienda la Marimba que son establecimientos que ofrecen actividades recreativas basadas en la sostenibilidad ambiental, hospedaje y relajación. Se pueden mencionar varios establecimientos considerados competencia indirecta como Inraki *Lodge*, ubicado a 30min de Quito, en el Valle de Guayllabamba. Ofrece confort y tranquilidad en un ambiente natural. Sus cabañas campestres son amigables con el ambiente, además la zona está rodeada de extensa vegetación, ideal para conectarse con la naturaleza.

Mashpi *Lodge*, se encuentra a las afueras de Quito. Solo los huéspedes pueden acceder a un magnífico altiplano lleno de bosque. Su principal meta es brindar comodidad y placer a sus visitantes. Sus técnicas de construcción sostenible y su diseño modernista combinan con el entorno natural, además de brindar una gran vista panorámica. En Napo se encuentra Sacha *Lodge*, un alojamiento enfocado en el disfrute y conservación de la naturaleza, además, combina el alto confort y la preservación del medio ambiente. Para su

infraestructura se utilizó técnicas de construcción sostenible, y para aprovechar los paisajes se implementaron ventanas desde el piso hasta el techo; su oferta gastronómica se base en platos típicos de la zona.

**Tabla 4**

*Atractivos turísticos cercanos al emprendimiento*

<b>Nombre</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>
<b>Río Guayabamba</b>	Atractivo natural	Ríos	Río
<b>Cascada Azul</b>	Atractivo natural	Ríos	Cascada
<b>Cascada Macallares</b>	Atractivo natural	Ríos	Cascada
<b>Cascada del Silencio</b>	Atractivo natural	Ríos	Cascada
<b>Humedal Nueva Esperanza</b>	Atractivo natural	Ambientes Lacustres	Humedal
<b>Nacionalidad Chachi</b>	Atractivos Culturales	Acervo cultural y popular	Pueblo y/o nacionalidad (Etnografía)
<b>Marimba Puerto Quiteña</b>	Atractivos culturales	Acervo cultural y popular	Música y Danza

Nota. Datos geográficos. Mapa de atractivos turísticos Puerto Quito. (2020)

En la tabla número tres se observa los atractivos naturales que pueden ser considerados para un producto turístico. Además, es un buen motivo para despertar el interés en los turistas, y de este modo se genera una necesidad de infraestructura hotelera. Es por esto por lo que los atractivos naturales y

culturales serán considerados para vincular al proyecto, de esta forma se pueden formar recorridos guiados como parte de la oferta del emprendimiento.

### 3.1.8 Experiencias similares a nivel local/nacional.

Anteriormente en el apartado del Análisis de la Oferta se redactó un poco acerca de las entidades o alojamientos que ofrecen un producto similar, a continuación, se añadirá información relevante de estos.

**Tabla 5**

*Oferta similar*

<b>Entidad</b>	<b>Localización</b>	<b>Producto/ servicio</b>	<b>Capacidad</b>	<b>Precio de la oferta</b>	<b>Innovaciones o ventaja competitiva</b>
<b>Inraki Lodge</b>	Valle de Guayllabamba- Quito.	Hospedaje, desayuno, uso de las instalaciones y atractivos del <i>Lodge</i> , aguas y frutas de cortesía. Impuestos de ley.	20 huéspedes	Varía desde los \$50 a \$180, dependiendo el tipo de cabaña y el número de personas.	Ubicado dentro del Distrito Metropolitano. Extensos jardines y bosques.
<b>Mashpi Lodge</b>	Comunidad de Mashpi- Quito	Hospedaje, tres comidas completas, bebidas no alcohólicas	6 grupos con un máximo de 16 huéspedes por guía.	Tarifa regular internacional de \$1098+ impuestos.	Ubicado dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

		ilimitadas, excursiones personalizadas, materiales para la mista, el traslado no está incluido.			Construcción sostenible, pasa desapercibido en su ambiente natural.
<b>Sacha Lodge</b>	Coca- Ecuador.	Traslado desde el aeropuerto de Coca, impuestos locales, alojamiento, alimentos, refrescos, agua, café instantáneo o té, actividades.	Aproximadamente 52 huéspedes, según como se distribuyan las 26 cabañas.	Varía desde los \$500 a \$1,190 dependiendo de la cantidad de personas y los días/noches de hospedaje.	Ubicado en la selva tropical. Reserva ecológica de 2.000 hectáreas

Nota. Los datos redactados en la presente tabla fueron extraídos de cada sitio web de los alojamientos.

### 3.1.9 Demanda insatisfecha

Se conoce como demanda insatisfecha a la parte del mercado que no ha sido cubierto. Aquí se tiene en cuenta la competencia directa del emprendimiento, dicha información se encuentra en la parte de la oferta, y aquí se profundiza un poco más para poder desarrollar el cálculo.

#### **Tabla 6**

*Competencia*



<b>Establecimientos de Hospedaje</b>	<b>Capacidad máxima del establecimiento</b>	<b>Capacidad mensual (promedio de estadía de 2 noches)</b>
Puerto Quito Lodge	20	300
Hostería Mompar	74	1110
Caoni Riverside Suites - Birders Paradise by the river, Ecuadorian Chocó	4	60
Casa Vacacional en Puerto Quito	8	120
Hacienda La Marimba	16	240
<b>TOTAL</b>		<b>1830</b>

Nota. El total representa a la demanda insatisfecha de la competencia.

### **Cálculo de la Demanda insatisfecha mensual**

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se utilizó los datos obtenidos por la competencia y la siguiente formula:

$$DIM = DPM - CMC$$

Donde es:

**DIM:** Demanda insatisfecha mensual

**DPM:** Demanda potencial mensual

**CMC:** Capacidad mensual de la competencia

$$DIM = DPM - CMC$$

$$DIM = 2796 - 1830$$

$$DIM = 966$$

De esta forma se presenta que la demanda insatisfecha existente es de 966 turistas. Comprendiendo que la demanda insatisfecha es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y puede ser cubierta con una oferta del diseño de un *Lodge* basado en la nacionalidad Chachi.

## CAPÍTULO IV:

### 4. Estudio Técnico

#### 4.1 Localización

##### 4.1.1 Macrolocalización

El proyecto se localizará en América del Sur, Ecuador, en la Sierra Norte del país, precisamente en la provincia de Pichincha, en el cantón Puerto Quito. Se seleccionó este lugar por su diversidad cultural y natural, además de los atractivos turísticos que se encuentran en la zona.

#### Figura 22

##### *Macro localización*



Nota: Mapa de la ubicación de la provincia de Pichincha

El cantón Puerto Quito se encuentra ubicado al Noroccidente de la provincia de Pichincha, es uno de los ocho cantones; aproximadamente tiene 643.70 kilómetros cuadrados cubriendo el 6,8% de la superficie total del territorio, y una población total de 20 445 habitantes. Su altitud varía entre los 120 y 160 m.s.n.m., el clima es tropical húmedo y su temperatura promedio anual es de 25 °C. Además, la precipitación anual fluctúa entre los 1.000 a 2.000 mm (INEC, 2010). Sus límites son; Norte: la provincia de Imbabura; al Sur: provincia Santo Domingo de los Tsáchilas; al Este: el cantón Pedro Vicente Maldonado; y al Oeste: la provincia de Esmeraldas.

## Figura 23

### *Límites del cantón Puerto Quito*



Nota: Mapa de los límites del cantón Puerto Quito

### *Ubicación de los consumidores o usuarios*

Los consumidores del emprendimiento que estará ubicado en el Recinto la Nueva Esperanza en el cantón Puerto Quito serán la población local del cantón Ibarra, y viajeros provenientes de los cantones Quito y Quinindé.

### *Localización de la materia prima y demás insumos*

Todos los insumos serán adquiridos en la provincia, además, otros tipos de insumos como vegetales, carnes, aceites, entre otros, que se necesiten en el día a día para la preparación de alimentos pueden ser adquiridos en los recintos aledaños o en los centros más poblados que están próximos como Golondrinas a 10km, aproximadamente a 20 minutos y la ciudad de Puerto Quito a 40km, en un tiempo estimado de 1 hora y 30 minutos.

### *Vía de comunicación y medios de transporte*

Un aspecto importante es tener en cuenta las vías de comunicación y medios de transporte para poder comprar los insumos. La principal vía de comunicación es conocida como la Vaipaz, se extiende desde el recinto la Sexta hasta Golondrinas; la mayoría es de tierra, con ciertas partes asfaltadas, el proyecto de remodelación de la vía actualmente está en un 50%. La calle secundaria es de piedra y arena, es la que conduce directamente a la finca donde se ubicara el emprendimiento. En el transporte público se utilizan los buses Puerto Quiteñas; otra manera para desplazarse es la Compañía de taxis Puerto Quito PTOQuito S.A., además, de camionetas o busetas alquiladas, este servicio puede adquirirse en cualquier poblado como Golondrinas o Puerto Quito.

### *Infraestructura de servicios públicos*

La cobertura de servicios públicos de la zona se puede resumir de la siguiente manera; de toda su población el 62,5% poseen energía eléctrica, el 10,60% agua potable, el 14,73% dispone de red de alcantarillado, el 38,57% se benefician de la recolección de desechos, el 7% de los habitantes del cantón

tienen telefonía fija, y el 12,9% conexión a internet (INEC, 2010). La seguridad está en manos del UPC- Puerto Quito, y su sistema de salud pública es el Centro de Salud tipo C- Puerto Quito.

### *Políticas, planes o programas de desarrollo*

De acuerdo con la Constitución de la Republica del Ecuador en el Art. 21 expresa que las personas pueden contribuir y mantener la identidad cultural, de igual forma pueden tener acceso a expresiones culturales diversas; esto se relaciona al emprendimiento por el enfoque en la Nacionalidad Chachi. Con base en la Ley de Turismo se puede observar en el Art. 3 donde se da a entender que la iniciativa privada es pilar fundamental para la generación de empleo, además, el Art. 5 da a entender que las actividades turísticas son todas aquellas que ofrezcan servicios de alojamiento y alimentación.

En relación con la ley del Patrimonio Cultural, por la esencia que tendrá el emprendimiento sobre la Nacionalidad Chachi, se tiene en consideración el Art. 4 como funciones están investigar, conservar, preservar, restaurar, exhibir y promocionar el Patrimonio Cultural en el Ecuador, además de regular cualquier actividad de esta naturaleza en el país.

En el Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida se pueden encontrar los siguientes objetivos relacionados al emprendimiento:

- Objetivo 2.- afirma la interculturalidad y la revalorización de las identidades diversas.
- Objetivo 3.- garantizar los derechos de la naturaleza para las presentes y futuras generaciones.
- Objetivo 5.- impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible.

- Objetivo 6.- desarrollar las capacidades productivas del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir Rural.

### *Normas y regulaciones específicas*

En el Reglamento de Alojamiento Turístico el Art. 12 da a conocer la clasificación de alojamiento turístico, en el caso del emprendimiento es un Lodge (L) es un establecimiento que cuenta con instalaciones para ofrecer servicio de hospedaje en cabañas privadas, el lugar debe contar con un mínimo de 5 habitaciones, ofrecer servicios de alimentación y actividades complementarias como excursiones, observaciones de flora, fauna, cultura, entre otros. En el Reglamento General de la Ley Orgánica de Cultura en el Art. 94 se expresa que la innovación social en la cultura es importante, y que se puede alcanzar los fines establecidos en la Ley Orgánica de Cultura mediante el desarrollo de emprendimientos y fortaleciendo las industrias culturales.

### *Tendencias de desarrollo de la región*

La zona es conocida por sus atractivos naturales como; la Piedra de Vapor, cascadas y ríos; además de los balnearios como: Nueva Esperanza del Norte, Nuevo Ecuador, Abundancia, Samay, entre otros. El servicio más oferta es las actividades de ocio y recreación en las cascadas y balnearios.

### *Condiciones climáticas, ambientales, suelos*

El cantón Puerto Quito está ubicado a 140 m.s.n.m. y su temperatura oscila entre los 25 y 35°C.; sus bosques son húmedos tropicales, aun se pueden observar selvas vírgenes. Existen varios tipos de suelos en la zona como;



arenoso, arcilloso y húmedo, debido a tales características la fauna del lugar es exuberante desde culebras hasta papagayos, armadillos y más. (Puerto Quito, 2015).

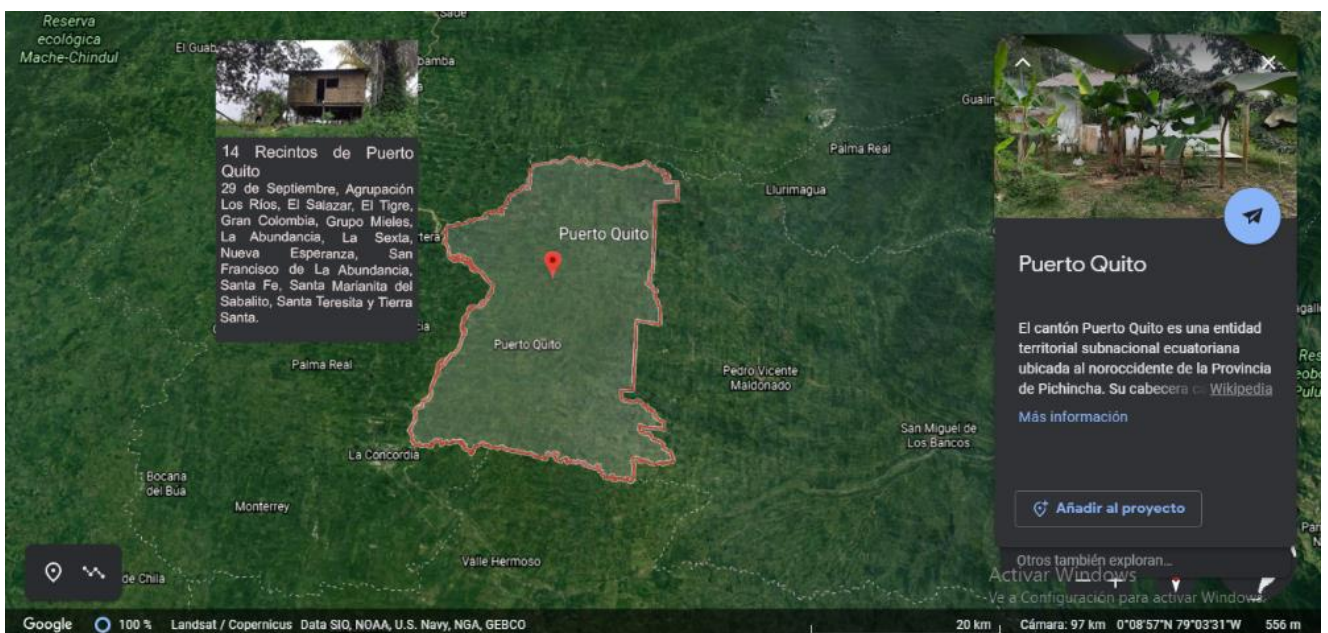
### *Interés de fuerzas sociales y comunitarias*

Por el momento la población del recinto Nueva Esperanza no tiene conocimiento del diseño de un Lodge en el sector. Por ende, no se puede afirmar si su perspectiva sería positiva o negativa.

#### 4.1.2 Micro localización

### **Figura 24**

#### *Micro localización*



Nota: Mapa de la ubicación del Cantón puerto Quito.



Chabanbi Lodge estará ubicado en el cantón Puerto Quito, que se divide en 14 recintos: 29 de septiembre, Agrupación los Ríos, el Salazar, el Tigre, Gran Colombia, Grupo Mielles, la Abundancia, la Sexta, Nueva Esperanza, San Francisco de la Abundancia, Santa Fe, Santa Marianita del Sabalito, Santa Teresita y Tierra Santa. Es así como la ubicación del Lodge se presenta en el recinto la Nueva Esperanza que se encuentra a 40 km de Puerto Quito.

*Disponibilidad y costos de: mano de obra, materias primas, servicios de comunicación*

El cantón Puerto Quito es reconocido como el paraíso de la biodiversidad, esto por encontrarse ubicado dentro de la biorregión de mayor endemismo biológico donde se puede ver variedad de flora y fauna en su entorno natural. Tomando en cuenta los factores ambientales que presenta el cantón se plantea como localización óptima para el diseño del Lodge a el recinto la Nueva Esperanza, por otra parte, también se cuenta con la disponibilidad del terreno con una extensión de 15 hectáreas, que forma parte de un clima tropical, además de poseer ríos, cascadas, y una biodiversidad exuberante.

*Mano de obra*

En cuanto a la disponibilidad de la mano de obra, se plantea contratar personal propio del recinto la Nueva Esperanza con la finalidad de contribuir al fortalecimiento económico del mismo, con una correspondiente capacitación podrían ocupar cargos como; ama de llaves, ayudante de cocina. Sin embargo, también serán necesarios personal de la ciudad de Quito con nivel académico de tercer nivel para los cargos de; chefs, guías, contador y encargado de recursos humanos, de tal manera que los puestos de trabajo generados en el

emprendimiento sean desempeñados por personas profesionales de la provincia.

### *Materia prima*

En el recinto las Golondrinas ubicado a 20 minutos de la Nueva Esperanza se desarrollan actividades agrícolas, por lo cual se tiene disponible los recursos suficientes para satisfacer los servicios de alimentación, con costos relativamente bajos, además se planifica que en el propio Lodge se realicen huertos orgánicos de esta forma ser autosustentable en ciertos productos. De igual manera para los demás insumos necesarios para el funcionamiento del *Lodge*, este recinto posee varios establecimientos que ofrecen dichos recursos a precios accesibles; así mismo el transporte de estos materiales no es un problema por la presencia de varios vehículos que brindan servicio de transporte en varios horarios.

### *Comunicación*

Además, la zona cuenta con servicios de internet y señal telefónica, lo que permite establecer una comunicación fluida y continua tanto con los clientes, para facilitar información de los servicios que brinda el Lodge y estar al tanto de sus requerimientos. De igual forma facilita la comunicación con los proveedores para solicitar los recursos a tiempo y mantener una fluidez en cada uno de los procesos realizados en el emprendimiento. Para los medios de difusión del Lodge se plantea usar social medial como: Facebook, Instagram, TripAdvisor y WhatsApp.

*Otros factores: ubicación de la competencia, limitaciones tecnológicas y consideraciones ecológicas*

Con relación a la ubicación del emprendimiento las competencias más cercanas son: Balneario Nueva Esperanza del Norte y el Humedal Nueva Esperanza se ubican en el recinto Nueva Esperanza del Norte, el Balneario Abdón Calderón se localiza en el recinto Cooperativa Occidental, el Balneario Nuevo Ecuador se encuentra en el recinto Sábalo y el Balneario la Isla en el recinto el Tesoro. Todos estos atractivos turísticos tienen como semejanzas su tipo de servicio porque ofrecen; recreación, alimentación y ocio, su segmento es mayormente familias.

#### *Tecnología*

En el aspecto tecnológico existe facilidades como el acceso a la energía eléctrica y acceso a internet, mismo que son aportados desde el cantón Puerto Quito con redes de internet como Alfanet que provee del servicio a todo el cantón. Por otra parte, dentro de las principales limitaciones presentes en el emprendimiento se plantea que no existe acceso a agua potable en el recinto la Nueva Esperanza, sin embargo, se cuenta con pozos de agua y extensos ríos dentro del terreno donde será ubicado.

#### *Consideración ecológica*

En el aspecto ecológico el recinto la Nueva Esperanza cuenta con una exuberante biodiversidad, debido a que se encuentra ubicado en el extremo tropical de la provincia de Pichincha, además posee ríos, cascadas, flora y fauna únicos en el Ecuador. Sin embargo, dentro de los impactos negativos de la zona

se presenta la deforestación, esto ocurre a causa el sembrío de la palma africana y cacao en grandes cantidades.

#### *Costo de transporte de insumos y productos*

Cómo se mencionó anteriormente, el recinto las Golondrinas se encuentra a sólo 30 minutos de la ubicación del emprendimiento y cuenta con la mayoría de los recursos humanos y materiales para el funcionamiento del Lodge, en consecuencia, los costos para transportar estos recursos no representarían valores muy elevados. Cabe mencionar que la presencia de vehículos destinados a brindar servicios de transporte es numerosa en el sector, por ende, existe mucha competencia en este sentido, lo cual hace posible acceder a precios cómodos al momento de utilizar este servicio.

#### **4.2 Capacidad instalada**

El emprendimiento “Chabanbi *Lodge*” se plantea construir en un terreno que cuenta con una extensión de 15 hectáreas, ubicado en el recinto la Nueva Esperanza. El uso del lugar será solo para los espacios necesarios de esta forma se conservará las áreas verdes y no se alterará demasiado el entorno natural. Se pretende realizar una construcción en la que se distribuirán los espacios de la siguiente manera:

##### **Áreas**

- Casa principal- recepción
- Cabaña uno, Chipala (familiar)
- Cabaña dos, Jakave (familiar)
- Cabaña tres, Jaki (familiar)

- Cabaña cuatro, Kakabuchi (pareja)
- Cabaña cinco, Seepunu (pareja)
- Restaurante
- Establos
- Sendero
- Criadero de tilapias
- Área de parqueadero

Las dimensiones de mencionadas áreas dentro del emprendimiento se han considerado tomando en cuenta la extensión del terreno y la capacidad de este. Por este motivo para el diseño de *Lodge* se establece que cada área cuente con las siguientes medidas:

**Tabla 7**

*Dimensiones del alojamiento*

<b>Cantidad</b>	<b>Áreas</b>	<b>m2</b>	<b>Área ocupada</b>
1	Casa principal	30 m <sup>2</sup>	30 m <sup>2</sup>
1	Cabaña Chipala	42 m <sup>2</sup>	42 m <sup>2</sup>
1	Cabaña Jakave	42 m <sup>2</sup>	42 m <sup>2</sup>
1	Cabaña Jaki	42 m <sup>2</sup>	42 m <sup>2</sup>
1	Cabaña Kakabuchi	30 m <sup>2</sup>	30 m <sup>2</sup>
1	Cabaña Seepunu	30 m <sup>2</sup>	30 m <sup>2</sup>
1	Cabaña restaurante	45 m <sup>2</sup>	45 m <sup>2</sup>
		<b>Total</b>	<b>261 m<sup>2</sup></b>

Nota. La dimensión total de construcción será de 261 m<sup>2</sup> teniendo en consideración cada cabaña y el restaurante.

## *Alojamiento*

Para la construcción se usará Guayacán y caña guadua, se requiere de una casa principal de 30 m<sup>2</sup> que se encontrará al ingreso de la propiedad para atender a los turistas. En la planta baja se encontrarán la recepción, un área de espera de 60%, y oficinas con 40%; serán 2,5 metros de altura desde el piso al techo, 2 m<sup>2</sup> de superficie libre por trabajador sin contar con el espacio del mobiliario y 10 m<sup>3</sup> no ocupados por trabajador, en el segundo piso se ubicarán cuartos, baño y sala de estar para los empleados del *Lodge*. Para el hospedaje se realizará la construcción de cinco cabañas; tres familiares y dos para parejas.

- Cabañas familiares

Con una medida de 42 m<sup>2</sup> las cabañas familiares al ser consideradas para 8 personas cada una se dividirán en dos habitaciones, la primera ocupando el 45% de la cabaña tendrá tres secciones una cama de pareja, un baño y otra con dos camas individuales, y la segunda ocupará el 40% con un baño, dos camas individuales y una litera. Y una pequeña sala común del 5%, la altura será de 2,5 metros desde el piso al techo.

- Cabañas de parejas

De 30 m<sup>2</sup> las dos cabañas consideradas para 6 personas cada una tendrán dos habitaciones, la primera tendrá el 40% con una cama para pareja y un baño, la segunda con 45% una cama para pareja, una litera y un baño. Además de un espacio para pasillo del 5%, la altura será de 2,5 metros desde el piso al techo.

## *Alimentación*

El restaurante estará ubicado entre la casa principal y las cabañas, el aforo de personas será de 44 clientes. El restaurante tendrá una extensión de 50

m<sup>2</sup>, se dividirá en; cocina, barra, zona para servirse los alimentos, bar, área de fumadores, caja y baños. La altura para considerar es de 2,5 m desde el piso al techo, y la anchura de la zona por trabajador serán 1 m<sup>2</sup>. La cocina tendrá una extensión del 40%, debido a que se ubicaran cocinas, mesas, sillas, lavaplatos, entre otros artefactos que facilitarían el servicio de alimentación. La zona de los clientes que contara con la barra, las mesas, bar y el recibidor, serán el 45%. Las dimensiones para los clientes serán tomando en cuenta estándares generales como:

**Tabla 8**

*Estándares generales de mesas y sillas*

<b>Capacidad</b>	<b>Cuadradas</b>	<b>Redondas</b>
<b>Mesa para 4</b>	75 x 75 cm	90 – 100 cm de diámetro
<b>Mesa para 6 comensales</b>	150 x 75 cm	120 cm de diámetro
<b>Sillas</b>	50 cm	50 cm

Nota. Información adquirida en Hostelería Ecuador (2020).

Los baños se dividirán en dos secciones masculino y femenino, cada uno tendrá 2 lavabo y 3 cabinas. Las dimensiones de cada cabina serán de 1,2 x 0,9 metros de ancho, y la altura será de 2,3 m.

*Actividades recreativas*

Las actividades son cabalgata, senderismo y pesca deportiva. Por esto se consideran las siguientes dimensiones:

**Tabla 9**

*Dimensiones para las actividades*

<b>Cantidad</b>	<b>Áreas</b>	<b>m2</b>	<b>Área ocupada</b>
1	Terreno	15 hectáreas	
1	Establo	18 m <sup>2</sup>	18 m <sup>2</sup>
1	Área de cabalgata	160 m <sup>2</sup>	160 m <sup>2</sup>
1	Sendero	2000 m	2000 m
1	Áreas húmedas	10 m <sup>2</sup>	10 m <sup>2</sup>
		<b>Total</b>	<b>2188 m<sup>2</sup></b>

Nota. El resultado es el área considerada para realizar las actividades.

Es así como el espacio total a ocupar dentro del terreno con respecto a las actividades es de 2188 m<sup>2</sup>, permitiendo que el terreno restante sea destinado a preservar la flora y fauna propia de la propiedad.

*Servicio adicional*

El servicio adicional contemplado hasta el momento es el parqueadero. El parqueadero se estima que tendrá 120 m<sup>2</sup> considerando los espacios de los vehículos 3 500 mm de ancho y 5 400 mm de largo, además de espacio para que los peatones transiten de 900 mm y se dirijan a la recepción. Se ubicará a los costados del camino justo antes de llegar a la casa principal.

### **4.3 Ingeniería del proyecto**

#### **4.3.1 Productos y procesos**



#### 4.3.1.1 Alojamiento

La prestación de servicio de alojamiento para los turistas empieza desde el momento que existe una motivación de compra. Para esto, los interesados pueden ver la información del establecimiento en la página de Facebook y el perfil de Instagram. En estos se establecerá un enlace que redirija a las plataformas de reserva de Tripadvisor y Booking, de esta forma los clientes pueden adquirir el servicio y en la recepción proceder a registrar con fecha y hora la llegada de los clientes.

Estas son las políticas para considerar en la estadía en Chabanbi *Lodge*:

- El Check in se puede realizar desde las 12 pm. Y el Check out es a las 14 pm.
- Las personas que ingresen a las habitaciones deben constar en el registro de huéspedes del hotel, caso contrario se restringe el acceso.
- Si se desea prolongar la estadía, esto se debe comunicar a recepción con 24 horas de antelación.
- Si existe algún objeto de gran valor por favor comunicar en la recepción para brindar un servicio de seguridad, caso contrario sí la administración no conoce acerca de estos elementos no se responsabiliza por la pérdida.
- Prohibido fumar en las habitaciones y en áreas comunes que cuenten con la debida señalética de prohibición.
- Se acepta el ingreso de mascotas, los dueños deben responsabilizarse por cualquier situación que involucre al mismo.
- Chabanbi *Lodge* se compromete a mejorar continuamente, buscando siempre la satisfacción del cliente.

Los compromisos que se esperan por parte de los huéspedes:

- No cortar o dañar plantas o animales.
- No botar basura, encender fogatas en zonas no permitidas.

- No sacar cualquier tipo de mobiliario de las habitaciones u otros lugares.
- Prohibido hacer ruido en zonas de descanso o no permitidas.
- Por medidas de bioseguridad cada cliente debe contar con su mascarilla y desinfectante.

El último día, en el check out, en caso de tener algún objeto de valor guardado bajo seguridad en el establecimiento se podrá retirar. Se cancela cualquier adicional que se adquirió en la estancia y el turista puede retirarse.

#### 4.3.1.2 *Actividades*

En caso de adquirir el servicio de actividades recreativas se debe contactar con el establecimiento. En este caso lo mejor es llamar a los números que aparecerán en las páginas oficiales o sitios web de reserva, mismos que se pueden encontrar en las descripciones de las redes sociales o al final del sitio web. De esta manera se puede cotizar los precios para incluirlos en la reserva del hospedaje, o si se prefiere solo las actividades, de igual forma el personal de recepción puede ayudar aclarando dudas y dando referencia en los precios.

Con esta información, la fecha y hora de llegada de los visitantes se puede crear un itinerario capaz de cumplir las expectativas de estos, incluyendo las actividades que se ofertan y tiempos de descanso. Las actividades más sobresalientes del establecimiento son; senderismo con una duración aproximada de 40 min, donde los turistas podrán observar flora y fauna del lugar, además de ríos y riachuelos; la pesca deportiva, dura aproximadamente 30 min, una actividad divertida entre familia y amigos, un poco competitiva donde los clientes expondrán sus habilidades y destrezas en la pesca; y cabalgata, durará 25 min, conocer los establos, alimentar a los caballos y montarlos, con las debidas precauciones y supervisión. Además, para estancias más prolongadas se incluye una oferta de preparación de chocolate y artesanías.

Teniendo en cuenta todo, se puede coordinar con el guía y el chef para que los tiempos entre actividades den lugar al descanso de los visitantes y si adquieren el servicio de comida puedan disfrutar de ambos servicios. En cuestión de pago, se puede realizar la mitad del pago por transferencia electrónica al momento de hacer la reserva o contactar con recepción, y la otra mitad pagar cuando se va a realizar la actividad.

**Tabla 10**

*Descripción del proceso productivo del servicio de alimentación*

<b>Estado inicial</b>	<b>Proceso transformador</b>	<b>Producto final</b>
<b>Insumos</b>	<b>Procesos</b>	<b>Productos</b>
Vegetales	Proceso de cocción	Comidas del menú tradicional
Legumbres, hortalizas y verduras	(hervir, escalfado, freír, saltear, estofar)	
Carnes rojas y blancas	tratamiento y	
Aceites	manipulación de	<b>Subproductos</b>
Arroz	alimentos	Postres y bebidas
<b>Suministros</b>	<b>Equipo productivo</b>	<b>Residuos</b>
Ollas, utensilios de cocina (cuchillos, tablas de cortar, rallador, pelador, tijera de cocina)	Cocina	Los residuos de la comida serán tratados, divididos y la materia orgánica utilizada como composta.
Toallas de papel	Horno	
Productos de limpieza	Plancha	
	Batidora	
	Licuada	
	Refrigeradora/congelador	
	Gas	
	<b>Organización</b>	
	Meseros	
	Chefs	

Nota. Proceso productivo para el manejo, procesamiento y elaboración de los alimentos.

En el momento de realizar la reserva, es importante que los clientes con necesidades personales contacten al establecimiento para saber la variedad del menú y así se consideran sus especificaciones por ejemplo comida vegetariana u otros. De esta forma el chef y sus ayudantes de cocina pueden tener una idea de cuantos platos reservados al día tienen que preparar y cuantos posibles clientes que lleguen por las actividades luego puedan adquirir el servicio de alimentación.

Para adquirir el servicio de comida se debe tener en cuenta los horarios de atención del restaurante, para desayuno desde las 7:30 a 9:30 de la mañana, en el almuerzo desde las 12:30 hasta las 14:00 de la tarde y la merienda entre las 18:30 hasta las 20:00 de la noche. En cualquier otro horario solo se puede encontrar venta de aguas, golosinas u otros.

Al momento de ingresar en el restaurante es preciso que el cliente manifieste si tiene una reservación o si en ese momento decidió adquirir el servicio de comida. En caso de tener reservación dar a conocer a que nombre está hecha la reserva y el tipo de comida que se pidió, de este modo el mesero revisa los datos y pasa la información del pedido al chef, para que en cocina se produzca el plato preparado. Sí el cliente decidió la adquisición del servicio en el momento el mesero procede a prestar un menú, dar sugerencias y tomar la orden, pasar el pedido a cocina y el chef y ayudantes preparan el plato elegido. En este caso como el servicio no está incluido en otro pago efectuado, el cliente debe cancelar su pedido al finalizar.

4.3.1.3 *Diseño planimétrico de la planta*

**Tabla 11**

*Diseño planimétrico de la planta*

Área	Representación
Plano general	
Ingreso y parqueadero	
Casa principal- recepción- cuartos empleados	

**Cabañas de 8  
personas**



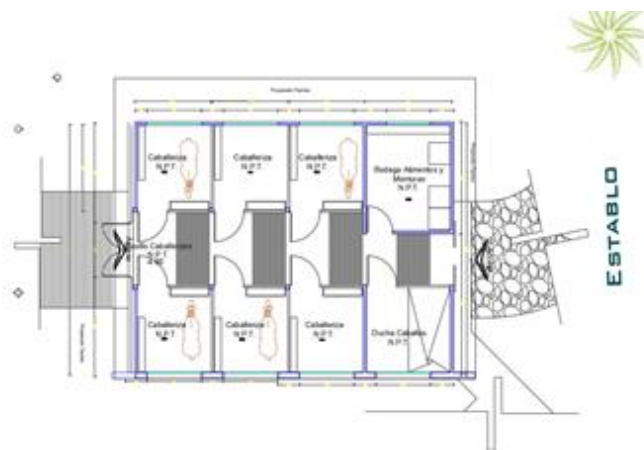
**Cabañas de 6  
personas**



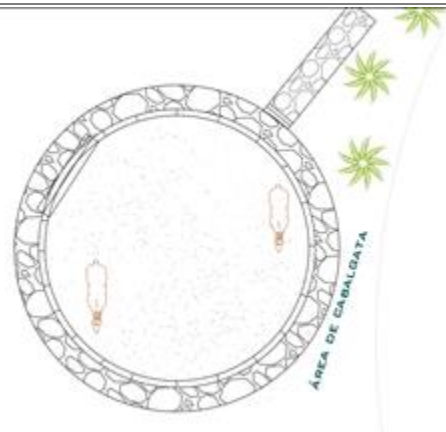
**Restaurante**



**Establo**



**Área de  
cabalgata**



**Criadero de  
Tilapias**



#### 4.3.2 Maquinaria y Equipo

A continuación, se especifica de forma detallada los requerimientos para el funcionamiento de cada una de las áreas que comprende en “Chabanbi Lodge”:

**Tabla 12**

*Requerimiento maquinaria y equipo*

Maquinaria y equipo				
Área	Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
	<i>Horno mixto</i>	<i>1</i>	<i>\$1.250,00</i>	<i>\$1.250,00</i>
	<i>Cocina industrial a gas de quemadore</i>	<i>4</i>	<i>\$ 300,00</i>	<i>\$ 600,00</i>
	<i>Extractor de olores</i>	<i>2</i>	<i>\$ 80,00</i>	<i>\$ 160,00</i>
Restaurante	<i>Self cooking</i>	<i>1</i>	<i>\$1.500,00</i>	<i>\$1.500,00</i>
	<i>Nevera</i>	<i>1</i>	<i>\$1.100,00</i>	<i>\$1.100,00</i>
	<i>Licuadaora</i>	<i>2</i>	<i>\$ 100,00</i>	<i>\$ 200,00</i>
	<i>Congelador</i>	<i>1</i>	<i>\$ 500,00</i>	<i>\$ 500,00</i>
	<i>Cafetera</i>	<i>1</i>	<i>\$ 180,00</i>	<i>\$ 180,00</i>
	<i>Batidora industrial</i>	<i>1</i>	<i>\$ 230,00</i>	<i>\$ 230,00</i>
	<i>Microondas</i>	<i>3</i>	<i>\$ 110,00</i>	<i>\$ 330,00</i>



	<i>Procesador de alimentos</i>	1	\$ 300,00	\$ 300,00
	<i>Cilindro de gas industrial y válvula</i>	4	\$ 50,00	\$ 200,00
	<i>Horno Tostador Oster F°10 litros cronómetro de 30sg.</i>	1	\$ 55,00	\$ 55,00
	<i>Exprimidor de jugo Oster 75w con Jarra de 450 ml</i>	1	\$ 47,00	\$ 47,00
Habitaciones	<i>Aspiradora</i>	2	\$ 230,00	\$ 460,00
	<i>Planchador industrial</i>	2	\$ 135,00	\$ 270,00
	<i>Lavadora</i>	2	\$ 470,00	\$ 940,00
	<i>Secadora industrial</i>	1	\$1.450,00	\$1.450,00
Zona húmeda	<i>Cañas de pesca</i>	6	\$ 1,50	\$ 9,00
	<i>Baldes de madera</i>	6	\$ 9,65	\$ 57,90
	<i>Rastrillo azadón</i>	2	\$ 24,23	\$ 48,46
Áreas verdes	<i>Carretilla centauro metálica</i>	1	\$ 55,00	\$ 55,00
	<i>Pala</i>	2	\$ 28,00	\$ 56,00
SUBTOTAL				\$9.998
IVA 12%				\$1.200

TOTAL

\$11.198

Tabla 13

*Requerimiento equipo y mobiliario*

<b>Equipo mobiliario</b>				
<b>Área</b>	<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
<b>Restaurante</b>	<i>Juego comedor para 4 personas</i>	12	\$ 220,00	\$ 2.640,00
	<i>Alacena</i>	2	\$ 200,00	\$ 400,00
	<i>Sillas</i>	12	\$ 20,00	\$ 240,00
	<i>Mueble Bar</i>	1	\$ 450,00	\$ 450,00
	<i>Basureros medianos</i>	5	\$ 2,00	\$ 10,00
<b>Habitaciones</b>	<i>Cama de tres plazas</i>	5	\$ 215,00	\$ 1.075,00
	<i>Cama de dos plazas</i>	2	\$ 170,00	\$ 340,00
	<i>Cama de una plaza</i>	14	\$ 90,00	\$ 1.260,00
	<i>Cama litera</i>	9	\$ 189,00	\$ 1.701,00
	<i>Mesa de noche</i>	21	\$ 25,00	\$ 525,00
	<i>Lámparas de noche</i>	21	\$ 15,00	\$ 315,00
	<i>Basureros</i>	10	\$ 12,00	\$ 120,00
	<i>Armario</i>	10	\$ 90,00	\$ 900,00
<i>Silla mecedora</i>	10	\$ 35,00	\$ 350,00	

<b>Zona húmeda</b>	<i>Sillas de madera artesanal</i>	4	\$ 30,00	\$ 120,00
	<i>Parasol</i>	4	\$ 50,00	\$ 200,00
	<i>Basurero</i>	1	\$ 10,00	\$ 10,00
<b>Recepción</b>	<i>Juego de muebles</i>	1	\$ 350,00	\$ 350,00
	<i>Silla ejecutiva</i>	1	\$ 65,00	\$ 65,00
	<i>Escritorio</i>	1	\$ 150,00	\$ 150,00
	<i>Puffs</i>	3	\$ 23,00	\$ 69,00
SUBTOTAL				\$ 11.290,00
IVA 12%				\$ 1.354,80
TOTAL				\$ 12.644,80

**Tabla 14**

*Requerimiento equipo de oficina*

<b>Equipos de oficina</b>				
<b>Área</b>	<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor total</b>
<b>Restaurante</b>	<i>Teléfono inalámbrico Panasonic</i>	1	\$39	\$39
	<i>Televisor LG Smart 4 k</i>	1	\$720	\$720
	<i>Minicomponente lg cj44</i>	1	\$179	\$179
	<i>Registradora computarizada-sistema facturación restaurantes</i>	1	\$1,60	\$2

<b>Habitaciones</b>	<i>Teléfono Panasonic- básico alámbrico</i>	5	\$16	\$80
	<i>Sistema facturación caja maquina</i>	1	\$245	\$245
	<i>Minicomponente LG cj44</i>	1	\$179	\$179
	<i>Televisores QLED 2017de 65" Curvo UHD 4K HDR1500</i>	1	\$420	\$420
<b>Recepción</b>	<i>Televisores QLED 2017de 65" Curvo UHD 4K HDR1500</i>	5	\$420	\$2.100
	<i>Calculadora Casio Fr- 2650 dt con impresor</i>	1	\$75	\$75
	<i>Teléfono inalámbrico</i>	1	\$39	\$39
<b>SUBTOTAL</b>				\$4.077,60
<b>IVA 12%</b>				\$489,31
<b>TOTAL</b>				\$4.566,91

**Tabla 15**

*Requerimiento equipo de computación*

<b>Equipo de computación</b>				
<b>Áreas</b>	<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>

<b>Recepción, administración, restaurante</b>	<i>Computadora hp I5 1000gb + 8gb Ram All In One Aio</i>	3	\$659	\$1.977,00
	<i>Impresora Epson 3150</i>	1	\$350	\$ 350,00
	<i>Impresora matricial Epson tm-u220d</i>	1	\$280	\$ 280,00
	<b>SUBTOTAL</b>			\$2.607,00
	<b>IVA 12%</b>			\$312,84
	<b>TOTAL</b>			\$2.919,84

#### 4.3.3 Materia prima e insumos

**Tabla 16**

*Requerimiento menaje y lencería*

<b>Menaje y lencería</b>				
<b>Áreas</b>	<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
<b>Restaurante</b>	<i>Vajilla porcelana (12 piezas, 3 platos hondos, 3 planos, 3 platillos y 3 tazas)</i>	5	\$ 30,00	\$ 150,00
	<i>Vasos 24 piezas</i>	3	\$ 55,00	\$ 165,00

Cucharas grandes (docena)	3	\$ 1,50	\$ 4,50
Cucharas pequeñas (docena)	3	\$ 1,00	\$ 3,00
Juego de cubiertos 53 piezas de acero	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Azucarera de porcelana	6	\$ 7,40	\$ 44,40
Salero	6	\$ 3,00	\$ 18,00
Pimentero	6	\$ 3,00	\$ 18,00
Sartén 3 piezas antiadherente	3	\$ 25,00	\$ 75,00
Rallador	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Olla a presión UMCO	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Juego de ollas de acero	1	\$ 195,00	\$ 195,00
Paila de bronce	2	\$ 179,00	\$ 358,00
Colador malla	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Cuchillo tramontina	10	\$ 10,00	\$ 100,00
Espátula de acero	4	\$ 1,25	\$ 5,00
Jarras	15	\$ 3,00	\$ 45,00
Tabla de picar	4	\$ 8,00	\$ 32,00
Abrelatas	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Afilador manual de cuchillos	1	\$ 16,00	\$ 16,00

	Bandeja de acero	2	\$ 7,00	\$ 14,00
	Bowl de acero	6	\$ 5,00	\$ 30,00
	Canastilla para freidora	2	\$ 15,00	\$ 30,00
	Cucharas medidoras	1	\$ 4,00	\$ 4,00
	Trapos de tela	5	\$ 1,00	\$ 5,00
	Colchón de tres plazas	5	\$ 210,00	\$ 1.050,00
	Colchón de dos plazas	2	\$ 150,00	\$ 300,00
	Colchón de una plaza	32	\$ 90,00	\$ 2.880,00
	Protector de colchón tres plazas	5	\$ 26,13	\$ 130,65
	Protector de colchón de dos plazas	2	\$ 24,00	\$ 48,00
<b>Habitaciones</b>	Protector de colchón una plaza	32	\$ 22,15	\$ 708,80
	Protector de almohadas	43	\$ 2,00	\$ 86,00
	Almohadas	43	\$ 6,00	\$ 258,00
	Sábanas tres plazas (Juego)	5	\$ 14,00	\$ 70,00
	Sábanas dos plazas (juego)	2	\$ 12,00	\$ 24,00
	Sábanas una plaza (juego)	32	\$ 5,00	\$ 160,00

Cobertor de camas	39	\$ 25,00	\$ 975,00
Toallas de baño tres piezas	10	\$ 5,35	\$ 53,50
<b>SUBTOTAL</b>			\$ 8.293,85
<b>IVA 12%</b>			\$ 995,26
<b>TOTAL</b>			\$ 9.289,11

**Tabla 17**

*Insumos*

<b>Detalle</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad 6 meses</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Dispensador de papel	Unidad	2	10	20
Dispensador de jabón líquido 500ml	Unidad	4	8	32
Papel industrial	Unidad	10	2.25	22.5
Cloro líquido	Caneca	2	14	28
Ambiental	Caneca	2	22	44
Limpia vidrios	Galón	3	6	18
Guantes látex/nitrilo	Caja X 50	3	11.5	34.5
Guantes lavaplatos	Unidad	15	1.20	18
Recogedor de basura	Unidad	4	2	8
Escoba	Unidad	4	1.5	6
Trapeador industrial	Unidad	4	2.5	10



Rollo de fundas para basura (10u)	Paquete	10	1.5	15
Lava vajillas grande 1000g	Unidad	3	5	15
Limpiones de cocina (6 unidades)	Paquete	5	2	10
Esponja lava platos	Unidad	20	0.25	5
Amenities (shampoo)	Unidad	200	0.20	40
Amenities (acondicionador)	Unidad	200	0.20	40
Amenities (jabón de mano)	Unidad	200	0.17	34
Amenities (gel antibacterial)	Unidad	200	0.40	80
Papel higiénico	Unidad	200	0.15	30
Detergente	15 kilos	6	32	192
Blanqueador	Caneca	2	24	48
Suavizante	Caneca	1	31	31
Jabón de ropa	Cajax72	1	22	22
Cera líquida	Galón	2	12	24
Esponja limpiadora para baños	Unidad	5	1.50	7.5
<b>Subtotal</b>				887
<b>Iva (12%)</b>				106.44
<b>Total</b>				993.44

**Tabla 18***Suministros de oficina*

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>6 meses</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Esferos	Caja	3	5.75	17.25
Resma de papel bond	Resma	3	4.25	12.75
Perforadora	Unidad	2	1.90	3.80
Grapadora	Unidad	2	2.20	4.40
Carpeta archivadora	Unidad	4	1	4
Tóner de impresión	Tóner	2	30	60
Lápiz	Caja	3	2.20	6.60
Grapas	Caja	3	1.25	3.75
Clips	Caja	2	2.40	4.80
Facturas	Libreta 100	2	12	24
Recibos	Libreta	3	1.50	4.50
Cuaderno	Libro de reservas	1	10	10
Subtotal				155,85
Iva (12%)				18,70
<b>Total</b>				<b>174,55</b>

**Tabla 19**

*Insumos para menú*

Degustación	Peso del menú	Cantidad por plato	Unidad de medida	Cantidad 100 pax	Unidades	Costo unit	Costo total por plato	Costo total 100 pax
<b>Entrada</b>								
<b>Chicharrones de cerdo</b>	<b>0,153</b>						<b>\$ 0,60</b>	<b>\$ 60,15</b>
Piel de cerdo		0,15	kg	15	kg	\$ 4,00	\$ 0,60	\$ 60,00
Sal C/N		0,003	kg	0,3	kg	\$ 0,50	\$ 0,00	\$ 0,15
<b>Croquetas de yuca</b>	<b>0,25</b>						<b>\$ 0,59</b>	<b>\$ 58,60</b>
Yuca		0,2	kg	20	kg	\$ 0,50	\$ 0,10	\$ 10,00
Queso mozarella		0,05	kg	5	kg	\$ 9,72	\$ 0,49	\$ 48,60
<b>Patacones</b>							<b>\$ 0,64</b>	<b>\$ 63,60</b>
Plátano verde		0,15	kg	15	kg	\$ 1,00	\$ 0,15	\$ 15,00
Queso mozarella		0,05	kg	5	kg	\$ 9,72	\$ 0,49	\$ 48,60

Sal C/N	0,004	kg	0,4	kg	\$ 0,50	\$	0,00	\$ 0,20
<b>Corviche</b>							<b>\$ 0,51</b>	<b>\$ 51,30</b>
Plátano verde	0,1	kg	10	kg	\$ 1,00	\$	0,10	\$ 10,00
Maní molido	0,015	kg	1,5	kg	\$ 7,00	\$	0,11	\$ 10,50
Cebolla colorada	0,01	kg	1	kg	\$ 1,50	\$	0,02	\$ 1,50
Cebolla blanca	0,01	kg	1	kg	\$ 3,00	\$	0,03	\$ 3,00
Achiote	0,005	kg	0,5	kg	\$ 10,00	\$	0,05	\$ 5,00
Pimienta	0,002	kg	0,2	kg	\$ 15,00	\$	0,03	\$ 3,00
Comino	0,002	kg	0,2	kg	\$ 10,00	\$	0,02	\$ 2,00
Sal C/N	0,003	kg	0,3	kg	\$ 0,50	\$	0,00	\$ 0,15
Camarón	0,04	kg	4	kg	\$ 4,00	\$	0,16	\$ 16,00
Cilantro	0,001	kg	0,1	kg	\$ 1,50	\$	0,00	\$ 0,15
<b>Bolón de verde</b>							<b>\$ 0,58</b>	<b>\$ 58,30</b>
Plátano verde	0,2	kg	20	kg	\$ 1,00	\$	0,20	\$ 20,00
Queso	0,05	kg	5	kg	\$ 4,00	\$	0,20	\$ 20,00
Piel de cerdo	0,04	kg	4	kg	\$ 4,00	\$	0,16	\$ 16,00
Manteca de cerdo	0,01	kg	1	kg	\$ 2,00	\$	0,02	\$ 2,00
Sal C/N	0,003	kg	0,3	kg	\$ 0,50	\$	0,00	\$ 0,15

Cilantro	0,001	kg	0,1	kg	\$ 1,50	\$ 0,00	\$ 0,15
<b>Plato fuerte</b>							
<b>Gallina de campo al horno</b>						<b>\$ 1,17</b>	<b>\$ 116,55</b>
Gallina	0,2	kg	20	kg	\$ 2,50	\$ 0,50	\$ 50,00
Papa	0,1	kg	10	kg	\$ 0,50	\$ 0,05	\$ 5,00
Zanahoria	0,05	kg	5	kg	\$ 0,50	\$ 0,03	\$ 2,50
Apio	0,01	kg	1	kg	\$ 1,50	\$ 0,02	\$ 1,50
Albahaca	0,01	kg	1	kg	\$ 2,00	\$ 0,02	\$ 2,00
Perejil	0,01	kg	1	kg	\$ 1,50	\$ 0,02	\$ 1,50
Arvejas	0,07	kg	7	kg	\$ 2,00	\$ 0,14	\$ 14,00
Maní (Salsa)	0,03	kg	3	kg	\$ 7,00	\$ 0,21	\$ 21,00
Crema de leche	0,03	kg	3	kg	\$ 4,30	\$ 0,13	\$ 12,90
Cebolla perla	0,03	kg	3	kg	\$ 2,00	\$ 0,06	\$ 6,00
Sal	0,003	kg	0,3	kg	\$ 0,50	\$ 0,00	\$ 0,15
<b>Sango de camarones</b>						<b>\$ 1,40</b>	<b>\$ 140,45</b>
Plátano verde	0,3	kg	30	kg	\$ 1,00	\$ 0,30	\$ 30,00
Camarón	0,1	kg	10	kg	\$ 4,00	\$ 0,40	\$ 40,00

Pasta de maní	0,03	kg	3	kg	\$ 7,00	\$	0,21	\$ 21,00
Achiote	0,005	kg	0,5	kg	\$ 10,00	\$	0,05	\$ 5,00
Cebolla perla	0,03	kg	3	kg	\$ 2,00	\$	0,06	\$ 6,00
Tomate	0,1	kg	10	kg	\$ 2,00	\$	0,20	\$ 20,00
Pasta de ajo	0,02	kg	2	kg	\$ 3,00	\$	0,06	\$ 6,00
Pimientos	0,05	kg	5	kg	\$ 2,00	\$	0,10	\$ 10,00
Sal	0,003	kg	0,3	kg	\$ 0,50	\$	0,00	\$ 0,15
Comino	0,002	kg	0,2	kg	\$ 10,00	\$	0,02	\$ 2,00
Perejil	0,001	kg	0,1	kg	\$ 1,50	\$	0,00	\$ 0,15
Cilantro	0,001	kg	0,1	kg	\$ 1,50	\$	0,00	\$ 0,15
<b>Ceviche mixto</b>							<b>\$ 1,63</b>	<b>\$ 162,50</b>
Camarón	0,1	kg	10	kg	\$ 4,00	\$	0,40	\$ 40,00
Concha	0,1	kg	10	kg	\$ 6,00	\$	0,60	\$ 60,00
Limón	0,1	kg	10	kg	\$ 0,50	\$	0,05	\$ 5,00
Mostaza	0,03	kg	3	kg	\$ 4,40	\$	0,13	\$ 13,20
Salsa de tomate	0,03	kg	3	kg	\$ 3,50	\$	0,11	\$ 10,50
Tomate riñón	0,1	kg	10	kg	\$ 2,00	\$	0,20	\$ 20,00
Perejil	0,001	kg	0,1	kg	\$ 1,50	\$	0,00	\$ 0,15
Cebolla paiteña	0,05	kg	5	kg	\$ 1,50	\$	0,08	\$ 7,50
Sal	0,003	kg	0,3	kg	\$ 0,50	\$	0,00	\$ 0,15

**0,518**

Pimienta	0,004	kg	0,4	kg	\$ 15,00	\$	0,06	\$ 6,00
<b>Seco de gallina de campo</b>							<b>\$ 1,09</b>	<b>\$ 109,15</b>
Gallina	0,2	kg	20	kg	\$ 2,50	\$	0,50	\$ 50,00
Comino molido	0,002	kg	0,2	kg	\$ 10,00	\$	0,02	\$ 2,00
Achiote	0,005	kg	0,5	kg	\$ 10,00	\$	0,05	\$ 5,00
Cebolla perla	<b>0,443</b>	kg	5	kg	\$ 2,00	\$	0,10	\$ 10,00
Ajo	0,02	kg	2	kg	\$ 3,00	\$	0,06	\$ 6,00
Tomate riñón	0,1	kg	10	kg	\$ 2,00	\$	0,20	\$ 20,00
Pimientos	0,05	kg	5	kg	\$ 2,00	\$	0,10	\$ 10,00
Cilantro	0,01	kg	1	kg	\$ 1,50	\$	0,02	\$ 1,50
Sal	0,003	kg	0,3	kg	\$ 0,50	\$	0,00	\$ 0,15
Pimienta	0,003	kg	0,3	kg	\$ 15,00	\$	0,05	\$ 4,50
<b>Bollo de pescado</b>							<b>\$ 1,95</b>	<b>\$ 194,75</b>
Plátano verde	<b>0,703</b>	kg	30	kg	\$ 1,00	\$	0,30	\$ 30,00
Achiote	0,02	kg	2	kg	\$ 10,00	\$	0,20	\$ 20,00
Cebolla perla	0,05	kg	5	kg	\$ 2,00	\$	0,10	\$ 10,00
Cebolla blanca	0,03	kg	3	kg	\$ 3,00	\$	0,09	\$ 9,00

Ajo	0,02	kg	2	kg	\$ 3,00	\$ 0,06	\$ 6,00
Pasta de maní	0,06	kg	6	kg	\$ 7,00	\$ 0,42	\$ 42,00
Hierbabuena	0,002	kg	0,2	kg	\$ 15,50	\$ 0,03	\$ 3,10
Cilantro	0,01	kg	1	kg	\$ 1,50	\$ 0,02	\$ 1,50
Orégano	0,005	kg	0,5	kg	\$ 17,00	\$ 0,09	\$ 8,50
Filete de pescado (picuda)	0,1	kg	10	kg	\$ 5,00	\$ 0,50	\$ 50,00
Sal	0,003	kg	0,3	kg	\$ 0,50	\$ 0,00	\$ 0,15
Pimienta	0,003	kg	0,3	kg	\$ 15,00	\$ 0,05	\$ 4,50
Hoja de plátano	0,1	kg	10	kg	\$ 1,00	\$ 0,10	\$ 10,00
<b>Tilapia frita</b>						<b>\$ 1,69</b>	<b>\$ 169,45</b>
Tilapia	0,2	kg	20	kg	\$ 5,60	\$ 1,12	\$ 112,00
Arroz	0,08	kg	8	kg	\$ 1,00	\$ 0,08	\$ 8,00
Plátano verde	0,1	kg	10	kg	\$ 1,00	\$ 0,10	\$ 10,00
Harina de trigo	<b>0,636</b>	kg	3	kg	\$ 1,60	\$ 0,05	\$ 4,80
Limón	0,05	kg	5	kg	\$ 0,50	\$ 0,03	\$ 2,50
Sal	0,003	kg	0,3	kg	\$ 0,50	\$ 0,00	\$ 0,15
Pimienta	0,003	kg	0,3	kg	\$ 15,00	\$ 0,05	\$ 4,50
Cebolla perla	0,05	kg	5	kg	\$ 2,00	\$ 0,10	\$ 10,00



Tomate riñón	0,05	kg	5	kg	\$ 2,00	\$	0,10	\$ 10,00
Cilantro	0,01	kg	1	kg	\$ 1,50	\$	0,02	\$ 1,50
Lechuga	0,06	kg	6	kg	\$ 1,00	\$	0,06	\$ 6,00
<b>Postre</b>								
<b>Flan de coco</b>							<b>\$ 0,76</b>	<b>\$ 76,40</b>
Leche de coco	0,05	kg	5	kg	\$ 3,00	\$	0,15	\$ 15,00
Leche condensada	0,02	kg	2	kg	\$ 6,00	\$	0,12	\$ 12,00
Huevos	<b>0,165</b>	kg	6	kg	\$ 1,70	\$	0,10	\$ 10,20
Coco rallado	0,02	kg	2	kg	\$ 14,00	\$	0,28	\$ 28,00
Azucar	0,01	kg	1	kg	\$ 1,20	\$	0,01	\$ 1,20
Esencia de coco	0,005	kg	0,5	kg	\$ 20,00	\$	0,10	\$ 10,00
<b>Arroz con leche</b>							<b>\$ 0,59</b>	<b>\$ 58,60</b>
Arroz	<b>0,317</b>	kg	4	kg	\$ 1,00	\$	0,04	\$ 4,00
Leche entera		kg	20	kg	\$ 0,80	\$	0,16	\$ 16,00
Sal	0,003	kg	0,3	kg	\$ 0,50	\$	0,00	\$ 0,15
Canela	0,004	kg	0,4	kg	\$ 18,00	\$	0,07	\$ 7,20

Corteza de naranja		0,005	kg	0,5	kg	\$ 0,50	\$	0,00	\$ 0,25
Azúcar		0,01	kg	1	kg	\$ 1,20	\$	0,01	\$ 1,20
Pasas		0,02	kg	2	kg	\$ 2,90	\$	0,06	\$ 5,80
Mantequilla		0,01	kg	1	kg	\$ 2,00	\$	0,02	\$ 2,00
Esencia de vainilla		0,005	kg	0,5	kg	\$ 20,00	\$	0,10	\$ 10,00
Leche condensada		0,02	kg	2	kg	\$ 6,00	\$	0,12	\$ 12,00
<b>Dulce de babaco</b>								<b>\$ 0,38</b>	<b>\$ 37,95</b>
Babaco		0,2	kg	20	kg	\$ 1,20	\$	0,24	\$ 24,00
Azucar	<b>0,32</b>	0,01	kg	1	kg	\$ 1,20	\$	0,01	\$ 1,20
Clavo de olor		0,001	kg	0,1	kg	\$ 40,00	\$	0,04	\$ 4,00
Limón		0,005	kg	0,5	kg	\$ 0,50	\$	0,00	\$ 0,25
Agua		0,1	kg	10	kg	\$ 0,13	\$	0,01	\$ 1,30
Canela		0,004	kg	0,4	kg	\$ 18,00	\$	0,07	\$ 7,20
<b>Bebida</b>									
<b>Jugo de coco</b>	<b>0,415</b>							<b>\$ 0,43</b>	<b>\$ 42,60</b>
Coco		0,2	kg	20	kg	\$ 1,20	\$	0,24	\$ 24,00

Esencia de vainilla		0,005	kg	0,5	kg	\$ 20,00	\$	0,10	\$ 10,00
Agua		0,2	kg	20	kg	\$ 0,13	\$	0,03	\$ 2,60
Leche condensada		0,01	kg	1	kg	\$ 6,00	\$	0,06	\$ 6,00
<b>Guarapo</b>	<b>0,28</b>						<b>\$</b>	<b>0,84</b>	<b>\$ 84,00</b>
Jugo de caña		0,28	kg	28	kg	\$ 3,00	\$	0,84	\$ 84,00
<b>Jugo de guanábana</b>							<b>\$</b>	<b>0,44</b>	<b>\$ 44,45</b>
Guanábana	<b>0,46</b>	0,2	kg	20	kg	\$ 2,00	\$	0,40	\$ 40,00
Agua		0,25	kg	25	kg	\$ 0,13	\$	0,03	\$ 3,25
Azúcar		0,01	kg	1	kg	\$ 1,20	\$	0,01	\$ 1,20

**Tabla 20**

*Materia prima*

<b>Materia prima</b>				
	<b>Descripción</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo por 100</b>	
<b>Menú tradicional</b>				
<b>Entrada</b>	Chicharrones de cerdo	\$ 0,60	\$	60,15
<b>Entrada</b>	Croquetas de yuca	\$ 0,59	\$	58,60
<b>Entrada</b>	Patacones	\$ 0,64	\$	63,60
<b>Entrada</b>	Corviche	\$ 0,51	\$	51,30
<b>Entrada</b>	Bolón de verde	\$ 0,58	\$	58,30
<b>Plato fuerte</b>	Gallina de campo al horno	\$ 1,17	\$	116,55
<b>Plato fuerte</b>	Sango de camarones	\$ 1,40	\$	140,45
<b>Plato fuerte</b>	Ceviche mixto	\$ 1,63	\$	162,50
<b>Plato fuerte</b>	Seco de gallina de campo	\$ 1,09	\$	109,15
<b>Plato fuerte</b>	Bollo de pescado	\$ 1,95	\$	194,75
<b>Plato fuerte</b>	Tilapia frita	\$ 1,69	\$	169,45
<b>Postre</b>	Flan de coco	\$ 0,76	\$	76,40
<b>Postre</b>	Arroz con leche	\$ 0,59	\$	58,60
<b>Postre</b>	Dulce de babaco	\$ 0,38	\$	37,95
<b>Bebida</b>	Jugo de coco	\$ 0,43	\$	42,60
<b>Bebida</b>	Guarapo	\$ 0,84	\$	84,00
<b>Bebida</b>	Jugo de guanábana	\$ 0,44	\$	44,45
<b>Costo Total</b>		<b>\$ 15,29</b>	<b>\$</b>	<b>1.528,80</b>

#### 4.3.4 Personal

En el emprendimiento “Chabanbi Lodge” se necesitarán de trabajadores capaces de realizar las actividades para cada área del lugar, a continuación, se representa mediante una tabla el número de personal.

**Tabla 21**

*Número de empleados*

<b>Departamentos</b>	<b>Cargo</b>	<b>Número de empleados</b>	<b>Empleados ocasionales</b>
<b>Administración</b>	Gerente	1	
<b>Recepción y reservas</b>	Recepcionista	1	
<b>Alojamiento</b>	Personal de limpieza	1	
<b>Alimentación</b>	Chef	1	
	Ayudantes de cocina	1	2
	Cajero	1	
<b>Recreación</b>	Guías		1
<b>Mantenimiento</b>	Conserje	1	
<b>Total empleados</b>		<b>7</b>	<b>3</b>

#### 4.3.5 Requerimientos específicos del proyecto

Las condiciones de la finca son óptimas para el Lodge porque cuenta con 15 hectáreas, espacio suficiente para la implementación de alojamiento, restaurante y las actividades recreativas. Para la infraestructura de las cabañas se piensa utilizar *Saccharum Officinarum*, habitualmente conocido como árbol de caña, al igual que de *Tabebuia Chrysantha* conocido como guayacán siendo esta una de las maderas más resistentes y se encuentran en el entorno, además, al

ser un lugar rural lleno de flora y fauna simula como vivía antes la nacionalidad Chachi. El clima trópico lo hace un atractivo para descanso, y los ríos y riachuelos que cruzan por el entorno son un recurso natural importante que serán utilizados en el senderismo.

El *Lodge* que se pretende diseñar es un emprendimiento que brindará servicios en dos ámbitos. El primero es alojamiento diseñado con temática de la nacionalidad Chachi, la infraestructura reflejara las costumbres, tradiciones y saberes de los Chachis. El segundo servicio son las actividades que se realizaran en zonas comunes del Lodge como senderismo, pesca deportiva y la elaboración de chocolate artesanal, siendo estas las más elegidas por la segmentación de mercado.

Los servicios complementarios que se ofrecerán en el Lodge serán:

- Alojamiento: 5 cabañas.
- Restaurante: menú tradicional, talleres gastronómicos/ elaboración de chocolate.
- Zona húmeda: criadero de tilapias.
- Servicios de recepción, administración y seguridad.
- Parqueadero.
- Guianza/ senderismo.
- Señal telefónica y Wifi.

En base al segmento de mercado podemos asegurar que las principales redes sociales que contarán con la información del establecimiento serán una página de Facebook y un perfil en Instagram. Para la adquisición de los servicios se usará las plataformas Tripadvisor y Booking. Las comisiones que cobran por cada clic en la pestaña de reservas son 12% y 15% respectivamente. A continuación, se detallará a profundidad las especificaciones de los 2 servicios de alojamiento y actividades antes mencionados.

**Tabla 22***Especificaciones del servicio de alojamiento en el Lodge*

<b>Especificaciones de los servicios a ofertarse en el Lodge</b>	
<b>Alojamiento</b>	
<b>Especificaciones físicas del servicio</b>	Se diseñarán 5 cabañas destinadas al alojamiento para huéspedes, serán 3 familiares y 2 para parejas por el segmento de mercado al que nos dirigimos, además de una cabaña principal para que los turistas se registren y los trabajadores residan.
<b>Materia prima (insumos)</b>	Cada cabaña familiar y de pareja tendrán dos habitaciones, un baño y una sala de estar, como mobiliario se utilizará: 21 camas y 9 literas 21 mesas de noche 21 lámparas de noche 10 armarios simples 10 sillas mecedora
<b>Procesos ancestrales</b>	Para la construcción de las cabañas se utilizará la forma tradicional de la nacionalidad Chachi, haciendo uso del Guayacán y caña guadua.

**Tabla 23***Especificaciones de las actividades en el Lodge*

<b>Especificaciones físicas del servicio</b>	<b>Actividades</b>	<b>Duración</b>
Las actividades se realizarán en las zonas de recreación para todos los turistas, donde puedan realizar senderismo,	En el lugar existe actualmente criadero de tilapia para poder	30 min

pesca deportiva y cabalgata, realizar la pesca siendo estas las actividades deportivas. más escogidas por los encuestados y se pueden llevar a cabo gracias a las condiciones del terreno. La materia prima que se usará es el Guayacán y caña guadua para la construcción de caballerizas, y partes del sendero.	En base a senderismo, existen los caminos, solo se necesita implementar una adecuación para que los visitantes puedan transitar cómodamente.	40 min
	Para implementar la actividad de cabalgata se necesita construir caballerizas	25 min

Nota. La tabla permite conocer las actividades que se contemplan realizar en el emprendimiento.

Para “Chabanbi Lodge” su principal producto y servicio es el alojamiento, para ello se ofertarán 5 cabañas buscando la comodidad del cliente con un numero adecuado de plazas. El número de cabañas y la capacidad de cada una se ha planteado en base a los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas donde se reflejó que predominan grupos familiares y amigos. Por otra parte, el precio se fijó en base a los resultados de la encuesta donde se planteó como segmento de mercado a aquellas personas con ingresos mayores a cuatro ciento dólares tomando en cuenta el salario básico del Ecuador, mismos que platearon cuanto estaría dispuesto a pagar; posteriormente se describe las características de cada una de las cabañas.



**Tabla 24**

*Características de las cabañas*

<b>Nombre de las cabañas</b>	<b>Habitaciones</b>	<b>Incluye</b>	<b>Precio</b>
<b>Chipala (Bosque)</b>	1 cama King (3 plazas) 4 camas (1 plazas) 1 litera (1 plaza) Máximo: 8 personas	Desayuno continental/desayuno de la casa Áreas recreativas Impuestos	\$120.00 por cabaña
<b>Jakave (Esta floreciendo)</b>	1 cama King (3 plazas) 4 camas (1 plazas) 1 litera (1 plaza) Máximo: 8 personas	Desayuno continental/desayuno de la casa Áreas recreativas Impuestos	\$120.00 por cabaña
<b>Jaki (hoja)</b>	1 cama King (3 plazas) 4 camas (1 plazas) 1 litera (1 plaza) Máximo: 8 personas Personas	Desayuno continental Impuesto	\$120.00 por cabaña
<b>Kakabuchi (Árbol de cacao) (dos habitaciones)</b>	2 camas King (3 plazas) 1 litera (1 plaza) Máximo: 6 personas	Desayuno continental/ desayuno de la casa Áreas recreativas Actividades culturales	\$60.00 por cabaña

---

Impuestos

---

<b>Seepunu (Florecer (dos habitaciones)</b>	2 camas King (3 plazas) 1 litera (1 plaza) Máximo: 6 personas	Desayuno continental Áreas recreativas Impuesto	\$60.00 por cabaña
---	---	--	-----------------------

---

Nota. Se considera los nombres de las cabañas, el máximo de personas, habitaciones y los adicionales.

A continuación, se describirá las cabañas según su tipo sean familiares o de parejas. De esta manera se brinda más información acerca de mobiliario, equipos, lencería y amenities.

***Chipala- Jakave- Jaki***

*Muebles*

Cada cabaña contará con una cama king de tres plazas de madera tallada, cuatro camas de dos plazas y una litera. Nueve armarios de madera tallada con cuatro percheros, aproximadamente doce mesas de noche con sus respectivas lámparas ubicadas junto a las camas. En cada habitación se encontrará un basurero, serán seis en total. Y dos sillas mecedoras en la parte externa de las cabañas.

*Equipos*

Un teléfono Panasonic- básico en cada cabaña.

### *Lencería*

Tres colchones de tres plazas ortopédico, dieciocho colchones de dos plazas ortopédico, veintiún juegos de sábanas de algodón, veintiún edredones, veinticuatro almohadas grandes, veinticuatro forros de almohadas, cuatro toallas de cuerpo, dos toallas de mano y una cortina de baño ubicadas una en cada baño, y dos cortinas bordas.

### *Amenities*

Incluye cuatro jabones personales de baño, cuatro sachet de shampoo, cuatro sachet de acondicionador, dos rollos de papel higiénico, dos jarras de agua con sus respectivos vasos en las habitaciones y seis alcoholes pequeños desinfectante personal en cada habitación.

### *Precio*

\$120 por cabaña.

## ***Kakabuchi- Seepunu***

### *Muebles*

Cada cabaña contará con dos camas king de tres plazas de madera tallada y una litera. Dos armarios de madera tallada con cuatro percheros, aproximadamente dos mesas de noche con sus respectivas lámparas ubicadas junto a las camas. En cada habitación se encontrará un basurero, serán 4 en total. Y dos sillas mecedoras en la parte externa de las cabañas.

### *Equipos*

Un teléfono Panasonic- básico en cada cabaña.

### *Lencería*

Dos colchones uno de dos plazas y otro de tres plazas ortopédico, cuatro colchones de dos plazas ortopédico, ocho juegos de sábanas de algodón, ocho edredones, doce almohadas grandes, doce forros de almohadas, cuatro toallas de cuerpo, dos toallas de mano y una cortina de baño ubicadas una en cada baño, y dos cortinas bordas.

### *Amenities*

Incluye cuatro jabones personales de baño, cuatro sachet de shampoo, cuatro sachet de acondicionador, dos rollos de papel higiénico, dos jarras de agua con sus respectivos vasos en las habitaciones y seis alcoholes pequeños desinfectante personal en cada habitación.

### *Precio*

\$80 por cabaña.

**Alimentación & bebidas:** en la siguiente área se ofrecerá los servicios de restaurantes con un menú tradicional y talleres gastronómicos. El menú se llevó a cabo con la finalidad de presentar a los turistas platos representativos de la nacionalidad Chachi que en la actualidad se están perdiendo sus sabores culinarios, respetando y potenciando el uso de productos orgánicos. Por lo tanto, es una oferta gastronómica tomando como pilas los alimentos típicos de la nacionalidad Chachi sin dejar de lado una buena alimentación y nutrición.

Sin embargo, para la elaboración del menú también se tomó en cuenta la gastronomía costeña con el uso de alimento tradicionales que tiene la nacionalidad Chachi, debido a que ellos no cuentan con platos típico o representativos como tal, la nacionalidad chachi hace uso de alimentos como: el verde, la juca, pescado, gallina, etc. mismos que serán incluidos en el menú tradicional con una cuidada elaboración.

**Tabla 25**

*Menú general*

<b>Entrada</b>	<p><b>Chicharrones de cerdo</b> Chicharrón crocante por fuera y jugoso por dentro sobre una miel de naranja y limón, acompañado de salsa de aguacate.</p>		<b>\$ 1.50</b>
<b>Entrada</b>	<p><b>Croquetas de yuca</b> Yuca Palitos de yuca x6 acompañados de salsa de queso.</p>		<b>\$ 2.00</b>
<b>Entrada</b>	<p><b>Patacones</b> Patacones x10 acompañados de queso gratinado.</p>		<b>\$ 3.00</b>
<b>Entrada</b>	<p><b>Corviche</b> Corviche con relleno de queso, pollo o camarón acompañados de ají casero.</p>		<b>\$ 0.75</b>
<b>Entrada</b>	<p><b>Bolón de verte</b> Bolón de verde acompañado de</p>		<b>\$ 2.00</b>

	queso y chicharrón.		
<b>Entrada</b>	<b>Camarón</b> Camarones acompañados de una cama de aguacate		\$ 2.00
<b>Plato fuerte</b>	<b>Gallina de campo al horno</b> Gallina de campo cocinada a leña en sansa de maní.		\$ 3.50
<b>Plato fuerte</b>	<b>Sango de camarones</b> Plátano verde con pimiento que le dan un sabor exquisito al camarón		\$ 3.00
<b>Plato fuerte</b>	<b>Ceviche mixto</b> Ceviche de camarón, concha acompañada de chifles.		\$ 5.00
<b>Plato fuerte</b>	<b>Seco de gallina de campo</b> Gallina de campo acompañada de arroz colorado, patacones y ensalada.		\$ 3.50

<b>Plato fuerte</b>	<b>Bollo de pescado</b> Bollo hecho a base de plátano verde, maní molido y pescado.		\$ 3.50
<b>Plato fuerte</b>	<b>Tilapia frita</b> Tilapia acompañada de arroz blanco, patacones y ensalada.		\$ 3.00
<b>Postre</b>	<b>Almíbar de tomate</b> Tomate de árbol en almíbar con crema de queso		\$ 0.80
<b>Postre</b>	<b>Dulce de babaco</b> Babaco maduro en almíbar		\$ 1.00
<b>Postre</b>	<b>Flan de coco</b> Flan a base de coco rallado, leche, huevos y azúcar.		\$ 1.00
<b>Postre</b>	<b>Arroz con leche</b> Arroz con leche, tomillo y vino tinto		\$1.00

---

<b>Bebida</b>	<b>Jugo de guanábana</b> Jugo a base de guanábana madura		\$ 0.50
<b>Bebida</b>	<b>Agua de coco</b> Agua a base del agua de coco y coco rallado.		\$ 0.50
<b>Bebida</b>	<b>Guarapo</b> Jugo a base de caña de azúcar fermentada.		\$ 0.50

---



## 4.4 Inversión inicial

### 4.4.1 Obra civil necesaria

Para la construcción del *Lodge* como se ha planteado anteriormente se usará aproximadamente 800 m<sup>2</sup> para las áreas de alojamiento, alimentación y actividades, es necesario partir desde la adecuación del área. Para esto se planea una limpieza, un replanteo y nivelación del suelo, excavación de plintos, cimientos y el desalojo del material desechable. En la adecuación de las cabañas y casa principal se considera un ambiente elegante y rustico de acuerdo con los estándares que cumplen los *Lodges*, además al centrar la temática en la nacionalidad Chachi se pretende implementar las formas de construcción haciendo uso del Guayacán para las paredes, piso y techo, además el uso de la caña guadua para los acabados, la estructura de las puertas y ventanas de igual forma serán de caña guadua.

El área de restaurante tendrá cimientos de estructura y un acabado en madera de Guayacán para las paredes, por otra parte, la barra, puertas y estructuras de ventanas tendrán acabados utilizando la caña guadua. Baños generales de acuerdo con las dimensiones consideradas la altura será de 2,1 m, es así como el 85% de las paredes serán de madera de Guayacán con acabados en caña guadua para la parte superior de la pared y las puertas, de esta forma la cabina no será estrecha y tendrá oxigenación adecuada.

En el área del parqueadero se hará uso de piedras para marcar el camino de los peatones, y piedras pequeñas para el espacio que debe ocupar cada vehículo. Además, se usará ornamentación para dar la apariencia de un jardín con plantas autóctonas del lugar como guabas, platanillo, camachos, caña guadua, canelo, bromelias, orquídeas, entre otros. El establo y el área de cabalgata, al igual que en las otras construcciones, se usará la madera de

Guayacán para el cerramiento en las paredes, y la caña guadua en la parte interna para dividir los espacios del establo, y en el área de cabalgata será el cerco del lugar. Para los senderos se usará la madera de Guayacán para las señalizaciones y la caña guadua para las partes del sendero donde se necesite implementar un pasamanos, a continuación, en la tabla se detallará el valor unitario y total de la construcción de cada una de las áreas antes especificadas.

**Tabla 26**

*Construcción y adecuación*

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
1	Movimiento de Tierras	\$ 2.158,65	\$ 2.158,65
5	Cabañas	\$ 5.000,00	\$ 25.000,00
1	Casa principal	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
1	Restaurante	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00
1	Área de parqueadero	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
1	Establo	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
1	Área de cabalgata	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>Total</b>			<b>\$ 43.058,65</b>

4.4.2 Total de la inversión

Posteriormente, en la siguiente tabla se muestra el valor de la inversión total para poner en marcha el emprendimiento denominado “Chabanbi Lodge”, dividido en activos circulantes representados por el capital de trabajo presente en caja o bancos (dinero necesario para cubrir los costos y gastos de los sueldos, servicios básicos, insumos, suministros de oficina, marketing, permisos de funcionamiento y la materia prima para el servicio de alimentación para el primer lote de producción de 100 personas); y activos fijos constituidos por construcción y adecuación, terreno, maquinaria y equipo, equipos de computación, menaje y lencería, equipos de oficina, equipo y mobiliario.

**Tabla 27***Total de inversión*

<b>Activo</b>	
<b>Activo circulante</b>	
<b>Bancos</b>	\$ 7.131,45
<b>Total activos circulante</b>	\$ 7.131,45
<b>Activo fijo</b>	
<b>Construcción y adecuación</b>	\$ 43.058,65
<b>Terreno</b>	\$ 20.000,00
<b>Maquinaria y equipo</b>	\$ 11.198,16
<b>Equipos de computación</b>	\$ 2.919,84
<b>Menaje y lencería</b>	\$ 9.289,11
<b>Equipo de oficina</b>	\$ 4.566,91
<b>Equipo y mobiliario</b>	\$ 12.644,80
<b>Total activo fijo</b>	\$ 103.677,47
<b>Suma de activo</b>	<b>\$ 110.808,92</b>

## CAPITULO V:

### 5. Estudio Administrativo

#### 5.1 Estructura organizativa y administrativa

##### 5.1.1 Misión

Somos un *Lodge* que ofrece hospedaje, alimentación y actividades recreativas en el que destaca la identidad de la nacionalidad Chachi, orientado a brindar un servicio de calidad que asegure el disfrute de los huéspedes durante su estancia con personal capacitado e instalaciones adecuadas.

##### 5.1.2 Visión

Ser en el año 2026 un hospedaje reconocido a nivel provincial, con presencia en el cantón Puerto Quito, buscando superar las expectativas de nuestros visitantes.

##### 5.1.3 Políticas de la empresa

Chabanbi *Lodge* promueve la protección de los derechos humanos de todos sus trabajadores de acuerdo con la ley de Ecuador, y asegura las condiciones laborales idóneas para el correcto desempeño de las actividades.

Chabanbi *Lodge* establece estrategias y acciones para la protección del medio ambiente en base a los bienes y servicios ofertados.

Chabanbi *Lodge* se compromete en brindar servicios de hospedaje, alimentación y recreación de calidad, además de contar con instalaciones adecuadas.

Chabanbi *Lodge* se compromete a mejorar continuamente, buscando siempre la satisfacción del cliente.

#### 5.1.4 Valores

Chabanbi *Lodge* se basa en la filosofía la familia, los amigos y la armonía son lo más importante, es por esto por lo que los valores más importantes son:

**Calidad:** nos enfocamos en brindar la mejor atención y cumpliendo con los estándares requeridos.

**Honestidad:** dar a conocer nuestros productos e informar a los clientes lo que en estos se incluye.

**Compromiso:** con los huéspedes y su satisfacción, siempre enfocados en cumplir todas sus expectativas.

**Actitud proactiva:** ser capaces de buscar una solución a cualquier inconveniente que se presente en el alojamiento.

**Hospitalidad:** disposición y recibimiento a las necesidades de los huéspedes, brindar una gestión estratégica, de esta forma, se garantiza que el cliente tenga una placentera estadía.

#### 5.1.5 Marca e imagen corporativa

**Nombre:** El nombre que se eligió para el *Lodge* es “Chabanbi Lodge” nombre escogido del idioma Cha’palaa propio de la nacionalidad Chachi que significa “Agua Cristalina”.

## Slogan

Abre la puerta a un mundo lleno de cultura.

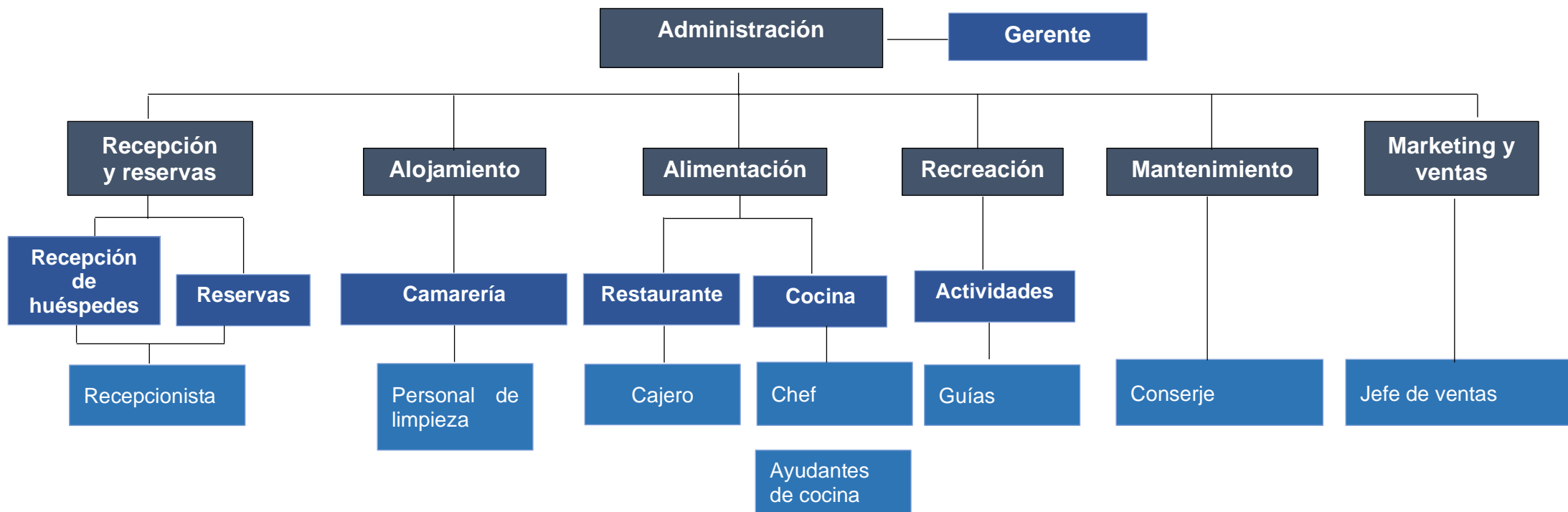
## Isologo



### 5.1.6 Organigrama estructural

**Figura 25**

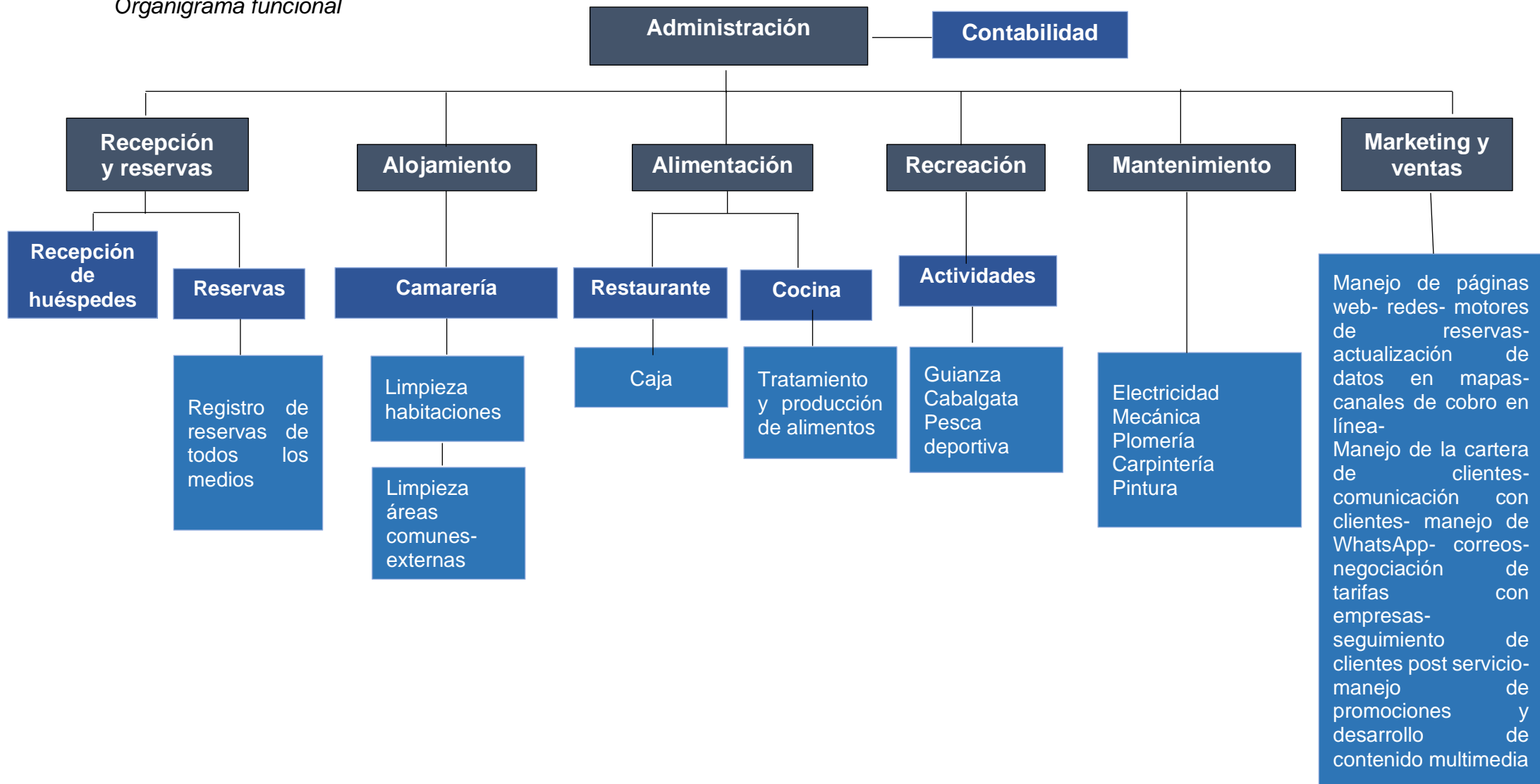
*Organigrama estructural*



### 5.1.7 Organigrama funcional


**Figura 26**

*Organigrama funcional*





### 5.1.8 Manual de funciones

	FICHA DE PUESTO D	<b>Código: FT.01</b>
	TRABAJO	Edición: 1
		Fecha:
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</b>		
<b>Gerente</b>		
<b>FUNCIONES:</b>		
	Administración	Cocina
	Contabilidad	Actividades
	Recepción de huéspedes	Mantenimiento y almacén
	Reservas	
	Camarería	
	Restaurante	
<b>RESPONSABILIDADES:</b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>• Planificación de negocios.</li><li>• Gestión de proyectos.</li><li>• Finanzas:<ul style="list-style-type: none"><li>○ Elaboración de presupuestos.</li><li>○ Realizar investigaciones sobre la reducción de costos.</li><li>○ Gestión de cuentas por cobrar / por pagar.</li></ul></li><li>• Recursos Humanos:<ul style="list-style-type: none"><li>○ Reclutamiento y entrenamiento de personal.</li><li>○ Procesamiento de nómina.</li></ul></li><li>• Informar sobre el desempeño de los empleados.</li><li>• Gestión de oficinas e instalaciones.</li><li>• Tareas de oficina:</li></ul>		

- 
- Redacción de contratos.
  - Uso de sistemas de bases de datos.
  - Coordina las estrategias de marketing y venta:
    - Gestiona la plataforma digital de comercialización
    - Revisión y toma de decisiones en contenido de medios
    - Contacto con los operadores y entidades empresariales
    - Determinación de tarifas corporativas
    - Contratación suscripciones con diferentes motores de reserva

---

## **COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO**

---

### **FORMACIÓN**

---

Formación profesional:

- Título de tercer nivel en hotelería, gestión o administración turísticas

Perfil requerido:

- Hombres o mujeres con edades entre 25 a 40 años.

Conocimientos:

- Basto conocimiento sobre planeación, organización, dirección y control de los procesos estratégicos en empresas turísticas.

Conocimiento sobre diseño, desarrollo y comercialización de productos turísticos. Dominio de idiomas en especial del inglés.

---

### **EXPERIENCIA**

---

Experiencia mínima de 2 años en cargos similares en empresas turísticas.

---

### **APTITUDES**

---

Capacidad para liderar, tomar decisiones, ser responsable, honesto, paciente, educado, proactivo y empático.

---

OBSERVACIONES:

Firma:

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

---



FICHA DE PUESTO D  
TRABAJO

Código: FT.02

Edición: 1

Fecha:

**DENOMINACIÓN DEL PUESTO:**

**Recepcionista**

**FUNCIONES:**

Administración	Cocina
Contabilidad	Actividades
Recepción de huéspedes	Mantenimiento y almacén
Reservas	
Camarería	
Restaurante	

**RESPONSABILIDADES:**

- Atención al cliente de manera presencial o vía telefónica; dar a conocer los servicios ofertados, promociones y más información que requiera el usuario.
- Encargarse del registro de reservas en el sistema y el cuaderno de reservas.
- Registro de huéspedes individuales o grupales, además de cambios de habitación, tarifa u otros.
- Tener en cuenta las políticas de operación del emprendimiento frente a cualquier inconveniente.
- Atender dudas o tareas pendientes solicitadas por los huéspedes, ser intermediario de información entre las áreas del alojamiento.
- Cerrar reservaciones, ejecutar cancelaciones y responder e-mails.
- Atención a la salida de los huéspedes, elaboración y control de reportes.
- Coordinación de operaciones con los demás departamentos
- Control de caja, facturación y cobro.
- Supervisión de ambientes y habitaciones.
- Gestión de adquisiciones para el Lodge

**COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO**

---

## **FORMACIÓN**

---

### Formación profesional

- Título de tercer nivel en hotelería, gestión o administración turísticas.
- Cursos:
- Relaciones laborales.
- Experto en la recepción de alojamientos hoteleros.
- Imagen institucional.
- Manejo de Office.

### Perfil requerido

- Hombre o mujer de preferencia en edades de 25 a 40 años.

### Conocimientos

- Conocimientos básicos de telefonía, aplicaciones de reservas online y registro de reservas, técnicas de ventas. Dominio del idioma inglés.

---

## **EXPERIENCIA**

---

Dos a tres meses en labores relacionadas al cargo.

---

## **APTITUDES**

---

Atención al cliente en la recepción y reservas.

Comunicación verbal y no verbal, ser capaz de comunicarse a través de palabras y expresiones con el visitante.

Capacidad y predisposición en el trabajo.

Ser una persona sociabilidad, puntual y amable.

---

OBSERVACIONES:

Firma:

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

---



FICHA DE PUESTO D  
TRABAJO

Código: FT.03

Edición: 1

Fecha:

**DENOMINACIÓN DEL PUESTO:**

**Personal de limpieza**

**FUNCIONES:**

Administración	Cocina
Contabilidad	Actividades
Recepción de huéspedes	Mantenimiento y almacén
Reservas	
Camarería	
Restaurante	

**RESPONSABILIDADES:**

- Limpieza, organización y reposición de las habitaciones y áreas comunes.
- Actividades de lavado y planchado de lencería de camas del alojamiento.
- Limpieza de muebles, tapices, vaciado de basureros, barrer el piso, limpiar las ventanas y espejos.
- Reabastece artículos a las diferentes áreas de servicio como; artículos de papelería, aprovisionamiento de cocina y bar.
- Cambio de artículos no funcionales dentro de las habitaciones, reportar inmediatamente a mantenimiento o al superior.

**COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO**

**FORMACIÓN**

Formación profesional

- Título de bachillerato general unificado.

Perfil requerido

- Hombre o mujer de preferencia en edades de 25 a 45 años.

Conocimientos

- Limpieza básica.

- 
- Uso de productos de limpieza, aparatos y sustancias.
  - Procedimientos de limpieza en alojamientos.
- 

**EXPERIENCIA**

---

Dos a tres meses en labores relacionadas al cargo.

---

**APTITUDES**

---

Capacidad y predisposición en el trabajo,

Ser una persona responsable y proactiva.

Tener una actitud receptiva y actitud discreta, ser capaz de recibir sugerencias y guardar discreción si es necesario.

---

OBSERVACIONES:

Firma:

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

---



FICHA DE PUESTO D  
TRABAJO

Código: FT.04

Edición: 1

Fecha:

**DENOMINACIÓN DEL PUESTO:**

**Chef**

**FUNCIONES:**

Administración	Cocina
Contabilidad	Actividades
Recepción de huéspedes	Mantenimiento y almacén
Reservas	
Camarería	
Restaurante	

**RESPONSABILIDADES:**

- Planificar y dirigir la preparación de la comida.
- Supervisa a los ayudantes de cocina en la preparación de alimentos.
- Supervisar la producción de los alimentos desde el inicio hasta el final.
- Contratar y dirigir al personal de cocina
- Resolver problemas con rapidez
- Tiene conocimientos culinarios amplios.
- Cumplir las normativas nutricionales, sanitarias y verifica un correcto emplatado.
- Debe tener conocimiento de emplatados.
- Revisa el buen funcionamiento de los equipos de concina.

**COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO**

**FORMACIÓN**

Formación profesional:

- Título de tercer nivel en gastronomía, debe poder ser responsable de la producción de alimentos, manejo de presupuesto y guiar a los ayudantes de cocina.

---

Perfil requerido:

- Hombres o mujeres con edades entre 25 a 40 años

Conocimientos:

- Conocimientos de gastronomía nacional e internacional; conocimiento de técnicas básicas de repostería y panadería, conocer y dominar tanto las técnicas clásicas como las vanguardistas de la cocina. Tener cultura general gastronómica. Conocimientos sobre instrumentación de cocina y en generar presupuestos respecto a los alimentos.

---

### **EXPERIENCIA**

Experiencia mínima de 6 meses en puestos similares.

---

### **APTITUDES**

Debe tener buen paladar, ser metódico, líder, detallista, limpio, ordenado y curioso.

---

OBSERVACIONES:

Firma:

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

---





FICHA DE PUESTO D  
TRABAJO

Código: FT.05

Edición: 1

Fecha:

**DENOMINACIÓN DEL PUESTO:**

**Ayudante de cocina**

**FUNCIONES:**

Administración	Cocina
Contabilidad	Actividades
Recepción de huéspedes	Mantenimiento y almacén
Reservas	
Camarería	
Restaurante	

**RESPONSABILIDADES:**

- Se encarga de recibir a los clientes y les ayuda a tomar su orden.
- Apoya al chef en la preparación de los alimentos.
- Encargado de llevar los platos de los comensales a las mesas.
- Distribuye las bebidas que sean solicitadas.
- Atiende las posibles reclamaciones.
- Brinda el servicio de asesoramiento a los clientes sobre la carta disponible.
- Se encarga de tener las mesas limpias, de su organización y correcta ubicación de las sillas.

**COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO**

**FORMACIÓN**

Formación profesional:

- Cursos profesionales de operaciones básicas de cocina.

Perfil requerido:

- Hombres o mujeres con edades entre 25 a 40 años

Conocimientos:

- 
- Conocimientos de técnicas de manipulación de alimentos y alérgenos, elaboración de platos y aperitivos, elaboraciones básicas y asistencia en la cocina, pre-elaboración y conservaciones culinarias.
- 

**EXPERIENCIA**

---

No requerida.

---

**APTITUDES**

---

Capacidad de trabajo en equipo, responsabilidad, organización, buena atención al cliente, disposición para aprender y tener iniciativa.

---

OBSERVACIONES:

Firma:

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

---



FICHA DE PUESTO D  
TRABAJO

Código: FT.06

Edición: 1

Fecha:

**DENOMINACIÓN DEL PUESTO:**

**Cajero**

**FUNCIONES:**

Administración	Cocina
Contabilidad	Actividades
Recepción de huéspedes	Mantenimiento y almacén
Reservas	
Camarería	
Restaurante	

**RESPONSABILIDADES:**

- Antes de empezar su labor verificar el funcionamiento de las herramientas de trabajo.
- Atender con amabilidad a los comensales en el momento de registro y cobro.
- Mencionar promociones o especialidades del restaurante.
- Registrar, recibir y verificar los ingresos diarios del emprendimiento.
- Diariamente efectuar el cuadro de caja de acuerdo con las normas establecidas.
- Sí se presenta un contratiempo en el área de trabajo tener en cuenta el reglamento y políticas del emprendimiento, además de informar al supervisor de inmediato.
- Llevar a cabo los cortes parciales y finales de la caja.

**COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO**

**FORMACIÓN**

Formación profesional

- Título bachillerato general unificado.
- Cursos en atención al cliente y operación de caja (certificado avalado por el MINTUR)

---

Perfil requerido

- Hombre o mujer de preferencia en edades de 23 a 40 años

Conocimientos

- Procedimientos del manejo y registro de formas de pago.
- Uso de caja registradora o sistema de cobro.
- Control de las comandas o notas de consumo.
- Elaboración facturas.

---

**EXPERIENCIA**

No requerida, depende de la motivación y aptitudes del candidato.

---

**APTITUDES**

Ser una persona responsable.

Capacidad y predisposición en el trabajo,

Habilidades matemáticas para la realización de cálculos básicos en su área de trabajo.

Especial enfoque en la atención al cliente.

---

OBSERVACIONES:

Firma:

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

---



FICHA DE PUESTO D  
TRABAJO

Código: FT.07

Edición: 1

Fecha:

**DENOMINACIÓN DEL PUESTO:**

Guía

**FUNCIONES:**

Administración	Cocina
Contabilidad	Actividades
Recepción de huéspedes	Mantenimiento y almacén
Reservas	
Camarería	
Restaurante	

**RESPONSABILIDADES:**

- Acompañamiento a los visitantes en los recorridos en el emprendimiento.
- Brindar la información que solicite el visitante.
- Asistir a los turistas en una situación de emergencia.
- Realizar el itinerario o guía establecida que contemplen todas las actividades de Chabanbi Lodge.
- Gestión logística del tour que se va a realizar.
- Entretener y controlar al grupo de visitantes durante el recorrido.
- Tener en cuenta las regulaciones, restricciones y precauciones para llevar a cabo las actividades.
- Acompañar a los visitantes en la actividad de senderismo.

**COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO**

**FORMACIÓN**

Formación profesional

- Título de tercer nivel en turismo.
- Curso de guía local o nacional avalado por el Ministerio de Turismo.
- Curso de atención al cliente.

Perfil requerido

- 
- Hombre o mujer de preferencia en edades de 25 a 40 años.

Conocimientos

- Dominio de inglés, nivel B2.
- Conocer la oferta turística del emprendimiento.
- En cultura, flora y fauna de la región.
- Primeros auxilios.
- Dirección de personas, técnicas de entretenimiento y transmisión de información.
- Conocer el perfil del visitante de la zona.

---

**EXPERIENCIA**

---

Cinco meses o más en labores como guía o relacionadas al cargo.

---

**APTITUDES**

---

Puntualidad al momento de brindar el servicio de guianza.

Persona alegre, amable y afectivo con los visitantes.

Habilidades interpersonales y descriptivas que ayuden a la interacción con los turistas.

Ser una persona con buena presencia y entusiasta.

Comunicación verbal y no verbal, ser capaz de comunicarse a través de palabras y expresiones con el visitante.

Ser capaz de planificar y organizar su tiempo y el itinerario.

---

OBSERVACIONES:

Firma:

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

---



FICHA DE PUESTO D  
TRABAJO

Código: FT.08

Edición: 1

Fecha:

**DENOMINACIÓN DEL PUESTO:**

**Conserje**

**FUNCIONES:**

Administración	Cocina
Contabilidad	Actividades
Recepción de huéspedes	Mantenimiento y almacén
Reservas	
Camarería	
Restaurante	

**RESPONSABILIDADES:**

- Realizar el mantenimiento de habitaciones e instalaciones del Lodge.
- Verificar el buen funcionamiento de las instalaciones y hace instalaciones necesarias.
- Mantenimiento y limpieza de las áreas verdes.
- Inspeccionar el Lodge regularmente para garantizar que cumple los estándares de seguridad
- Actuar con rapidez en situaciones de emergencia
- Organizar a las personas encargadas de limpieza de habitaciones.

**COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO**

**FORMACIÓN**

Formación profesional:

- Título bachiller con diferentes cursos relacionados al mantenimiento eléctrico, plomería, carpintería y en seguridad.

Perfil requerido:

- Hombres o mujeres con edades entre 25 a 40 años con una buena condición física

---

Conocimiento:

- Conocimientos básicos de plomería, electricidad, albañilería, pintura y carpintería para realizar el mantenimiento de las infraestructuras. Conocimiento sobre seguridad y uso de maquinaria y equipo referente a las actividades a desempeñar.

---

**EXPERIENCIA**

---

No requerida.

---

**APTITUDES**

---

Perseverante, responsable, atento, confiable, honesto, flexible, organizado, comunicativo, tener buena habilidad manual y ser proactivo.

---

OBSERVACIONES:

---

Firma:

---

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

---



### 5.1.9 Flujograma de actividades

Figura 27

#### Flujograma de reserva

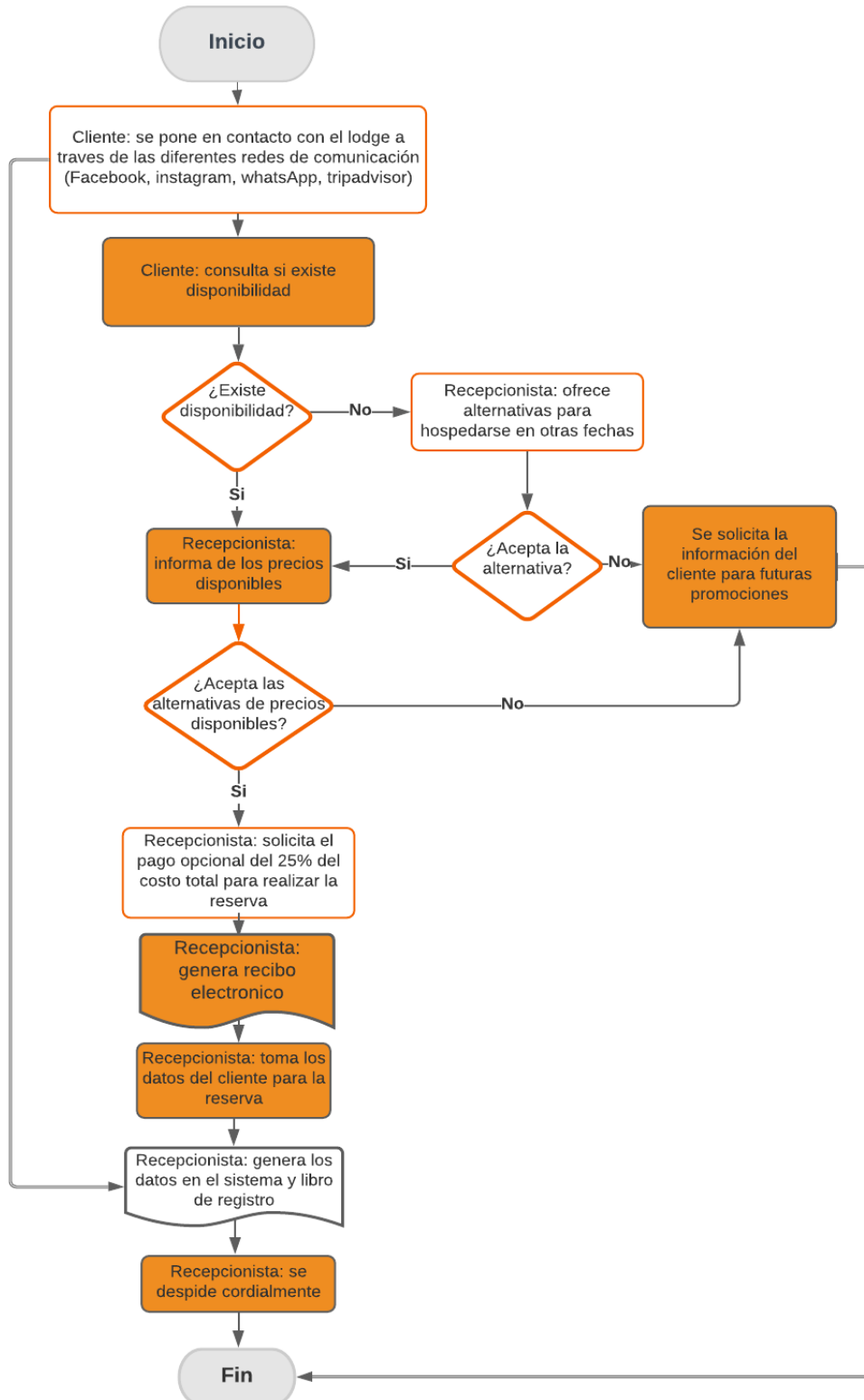
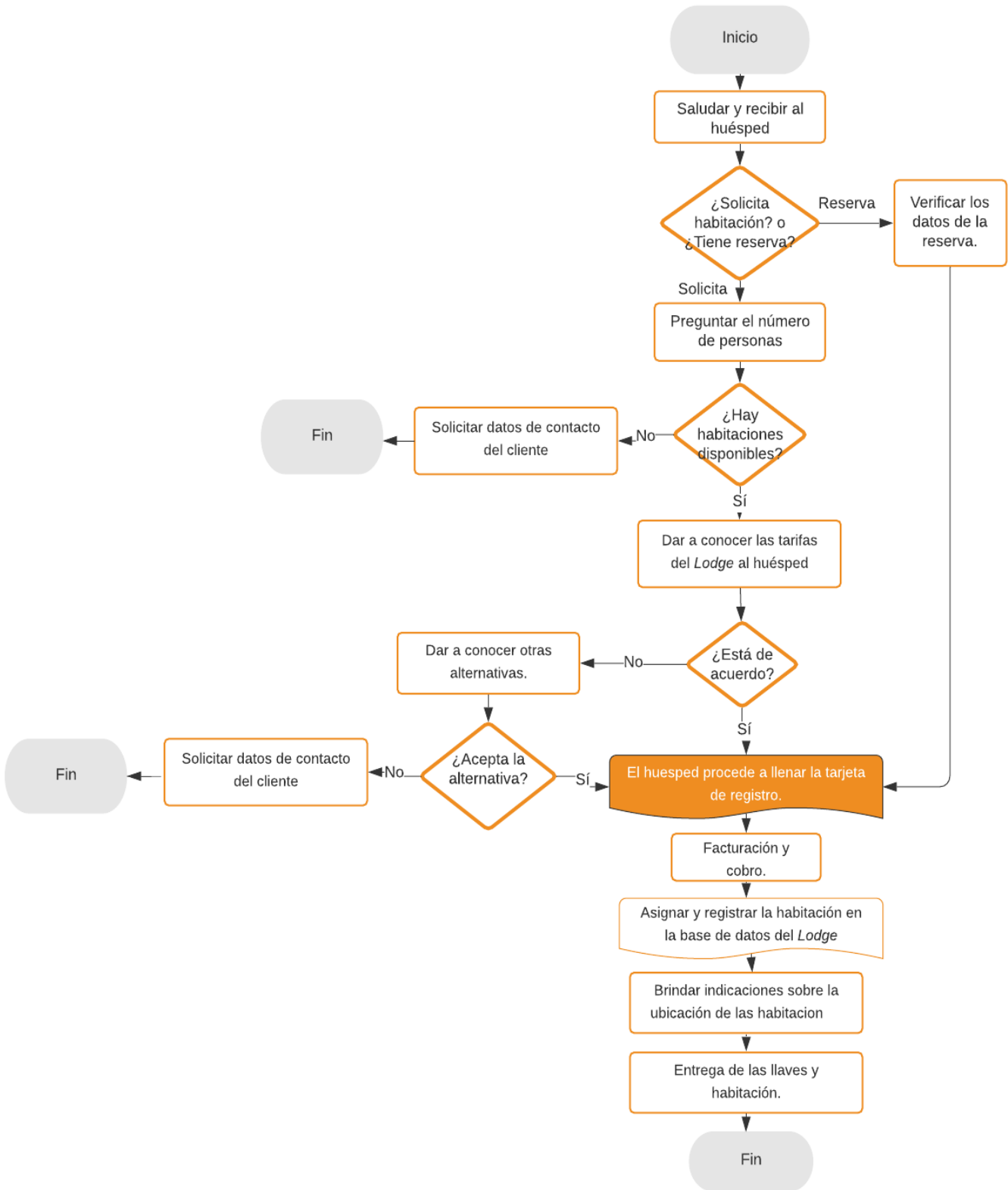


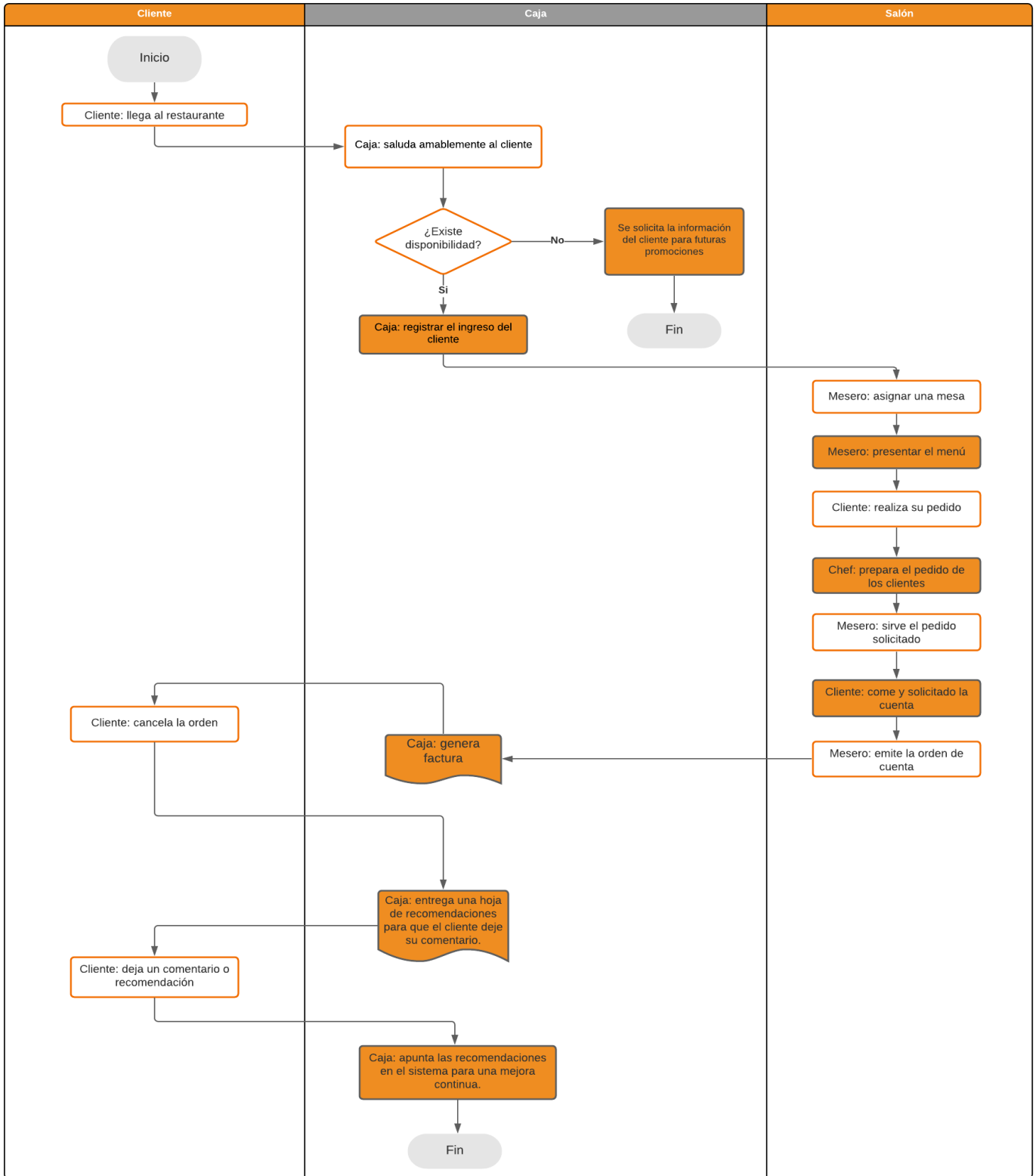
Figura 28

Flujograma de servicio de alojamiento



**Figura 29**

*Flujograma de servicio de restaurante*



## 5.1.10 Descripción del diagrama de flujo

### 5.1.10.1 *Servicio de reserva*

El cliente puede acceder al servicio de reservas desde las diferentes plataformas como Facebook, Instagram, WhatsApp y Tripadvisor, en esta última se encuentra el botón online de reserva. Si el cliente quiere consultar si existe disponibilidad del hospedaje puede comunicarse con los números que se encontrarán en las plataformas digitales; si no existe disponibilidad el recepcionista debe ofrecer alternativas como una fecha diferente u otra opción. De igual manera se debe preguntar si se acepta la alternativa de no ser así solicitar información del cliente para futuras promociones y no se realiza la reserva, pero si se acepta se procede con el siguiente paso.

Si existe disponibilidad el recepcionista informa de los precios disponibles, cerciorarse de que los precios sean aceptados, de no ser así solicitar la información del usuario y no se realiza la reserva; si es así, se solicita el pago opcional del 25% del costo total para la reserva. El recepcionista genera un recibo electrónico. Obtiene y registra los datos del cliente para la reserva en el sistema y el libro de registro, para finalizar, el recepcionista se despide cordialmente y termina la interacción.

### 5.1.10.2 *Servicio de alojamiento*

El servicio de hospedaje empieza desde el momento en que el visitante ingresa a recepción; el horario de check in es desde las 12 pm y el check out a 14 pm. Se procede a saludar y recibir al huésped. De una forma amable se pregunta si tiene una reservación o solicita una habitación; si tiene una reservación verificar los datos de la reserva, el huésped llena la tarjeta de registro, se factura y cobra, registrar y asignar una habitación, después se brinda

indicaciones sobre la ubicación de las cabañas y por último se entrega las llaves y habitación, y el proceso termina.

Sin embargo, si la persona solicita una habitación se pregunta el número de personas. Con esta información se verifica si en el momento hay habitaciones disponibles, de ser así se da a conocer las tarifas del *Lodge* al huésped. Si no hay habitaciones se solicita datos de contacto del cliente para futuras promociones y finaliza el proceso. Cerciorarse que el huésped está de acuerdo con la tarifa presentada; si no le parece la tarifa dar a conocer alternativas, en caso de no considerar las alternativas se solicita datos de contacto para futuras promociones y se finaliza con el proceso. Por otra parte, si su respuesta es sí, preguntar al huésped sus datos para llenar la tarjeta de registro, a continuación, realizar la facturación y cobro, e inmediatamente registrar la habitación en la base de datos del *Lodge*. Brindar indicaciones sobre la ubicación de las habitaciones, para finalizar se entrega las llaves y habitación.

#### 5.1.10.3 *Servicio de alimentación y bebidas*

Tras la llegada del cliente al restaurante se procede a saludar cordialmente y a informar si existe o no disponibilidad, en caso de que exista dicha disponibilidad se asigna una mesa de acuerdo con el grupo de personas y se presenta el menú disponible. El cliente procede a escoger y realizar el pedido al mesero, el chef prepara los alimentos de acuerdo con lo solicitado y posteriormente el mesero se encarga de servir en la mesa el cliente; cuando haya terminado de comer el cliente solicita la cuenta, posteriormente se procede a emitir la factura con la orden de consumo y el cliente cancela la cuenta.

Con respecto a la limpieza y adecuación de mesas, se debe realizar siguiendo las posteriores indicaciones: limpiar las mesas antes y después de cada comida, verificar que en las mesas existan servilletas, sal y pimienta

disponible, asegurarse que la vajilla se encuentre en buen estado antes de colocar en las mesas, recoger los platos cuando todos los clientes hayan terminado de comer. La alimentación se realizará considerando el menú solicitado por los clientes, de acuerdo con el menú tradicional que existe en el resultante, se ofrecerá los siguientes horarios; desayuno: 7h00 am – 10h30 am; almuerzo: 12h00 pm – 16h00 pm; cena: 19h00 pm – 22h30 pm.

#### 5.1.11 Constitución de la empresa

El presente emprendimiento de acuerdo con el Ministerio de Turismo en el Art 12 en la clasificación de alojamientos turísticos y nomenclaturas, se clasifica como un Lodge, que se registra en la reglamentación de alojamiento (2016) como “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 y/o compartido conforme a su categoría” (p. 9).

La categoría según la clasificación de los establecimientos turísticos (2016) presenta que un Lodge puede clasificarse de entre tres a cinco estrellas. Por tanto y considerando el presente emprendimiento tendrá una categoría de tres estrellas en sus años de inicio. Se constituirá como sociedad anónima que de acuerdo con la Ley de Compañías en el art 143 (2013) que consiste en “una compañía cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente hasta el monto de sus acciones.” Posteriormente, el nombre del Lodge será “Chabanbi” de acuerdo con el Art 144 que trata sobre la denominación de la compañía.

*De acuerdo con la Ley de compañías (2018) de la fundación de la compañía:*

Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que se inscribirá en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio

principal la compañía. La compañía existirá y adquirirá personalidad jurídica desde el momento de dicha inscripción. La compañía solo podrá operar a partir de la obtención del Registro Único de Contribuyentes en el SRI. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

Art. 150.- La escritura de fundación contendrá la declaración juramentada de los comparecientes sobre lo siguiente:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y duración;
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y pagará en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado y la declaración juramentada, que deberán hacer los accionistas fundadores, sobre la correcta integración y pago del capital social, conforme lo indica el segundo inciso del artículo 147 de la Ley de Compañías.
7. El domicilio de la compañía;
8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
11. Las normas de reparto de utilidades; 201.
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,

### 13. La forma de proceder a la designación de liquidadores.

#### 5.1.11.1 *Servicio Nacional de Derecho intelectual*

Con respecto a la propiedad de la marca “Chabanbi Lodge” se procederá a realizar la inscripción en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales que de acuerdo con la Servicio Nacional de Derechos Intelectuales es “el organismo competente para proteger y defender los derechos intelectuales; organizar y administrar la información sobre los registros de todo tipo de derechos de propiedad intelectual en articulación al Sistema Nacional de Información de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales...” (párr. 1) Esta fase se llevara siguiendo el proceso y los requisitos establecidos.

De acuerdo con la información otorgada por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (2021) los requisitos son los siguientes:

#### *Requisitos Obligatorios*

- Solicitud de Registro de Signos Distintivos.
- Comprobante de pago de tasa.
- Etiqueta en Digital (Formato JPG de 5X5 cm.)

#### *Requisitos Especiales*

- Certificado Financiero para descuento
- Poder o nombramiento otorgando representación legal para presentación del trámite
- Documento de Prioridad

#### *Formatos y anexos*

- Casilleros Virtuales
- Link para creación de Casillero Virtual para iniciar el trámite
- Mi Casillero



- Link para generación de comprobante de pago
- Solicitudes en Línea
- Link que permite realizar la solicitud de acuerdo al trámite en referencia

*Proceso del trámite en Servicio Nacional de Derechos Intelectuales.*

- Solicitar asesoría en las ventanillas
- Generar la solicitud en línea en el Portal del SENADI, con los requisitos básicos necesarios a fin de reproducir el comprobante de pago.
- Pagar la tasa correspondiente en el Banco de del Pacífico.
- Iniciar el proceso de registro de comerciales, de los rótulos o enseña y apariencias distintivas en el portal del SENADI.
- Retirar el título, en el caso de ser concedido.

#### *5.1.11.2      Inscripción en el Registro Único de Contribuyentes*

De acuerdo con el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2021) los requisitos de cumplimiento se hacen siguiendo los pasos expuestos a continuación:

*Requisitos básicos para el trámite presencial:*

- Cédula de identidad (Presentación)
- Certificado de votación (Presentación)
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente

*Requisitos para realizar el trámite en línea:*

- Número de identificación del contribuyente
- Clave de acceso a servicios en línea

*Requisitos para realizar el trámite a través del Portal SRI:*

- Número de identificación del contribuyente

- Clave de acceso a servicios en línea
- Solicitud de inscripción de RUC naturales
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente

*Procedimiento para realizar el trámite presencial:*

1. Acudir al centro de atención del SRI
2. Solicitar el turno
3. Esperar el turno
4. Acudir a la ventanilla de atención
5. Presentar los requisitos y documentación de respaldo
6. Recibir contestación

*Procedimiento para el trámite en línea de acuerdo con el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2021):*

1. Ingresar a la página web: [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec)
2. Ingresar a SRI en línea
3. Ingresar número de identificación y clave
4. Escoger la opción inscripción
5. Aceptar términos y condiciones
6. Ingresar información general del contribuyente
7. Ingresar medios de contacto
8. Ingresar dirección de domicilio
9. Ingresar dirección del establecimiento matriz
10. Ingresar actividades económicas
11. Ingresar actividad económica principal
12. Resumen información ingresada
13. Confirmación de inscripción de RUC

## 5.2 Propuesta comercial

### 5.2.1 Nombre comercial de la empresa

El nombre que se eligió para el emprendimiento es “Chabanbi Lodge” que significa “Agua Cristalina”. Se hizo uso del idioma Chachi debido a la temática del hospedaje basado en la nacionalidad Chachi. El significado en español hace referencia a la paz, calma y los recursos naturales como ríos, y cascadas que abundan en el cantón.

#### 5.2.1.1 Isologo



**Figura:** se optó por una figura circular para dar a entender la unidad. En el centro se puede observar una cabaña, un bosque de Guayacán.

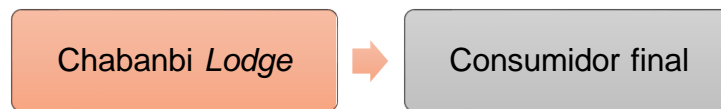
**Colores:** el verde simboliza la naturaleza y el café a la cultura.

**Slogan:** Abre la puerta a un mundo lleno de cultura. El slogan permite resaltar el enfoque cultural en la nacionalidad Chachi.

### 5.2.2 Canales de distribución

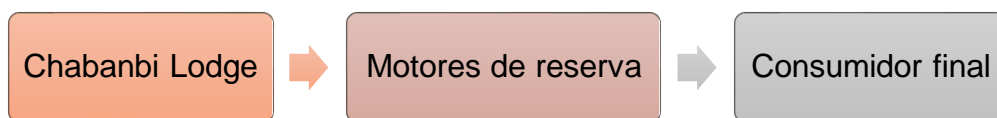
El emprendimiento para la distribución de sus servicios tendrá en cuenta dos canales de distribución; canal directo y canal indirecto corto.

### 5.2.2.1 Canal directo



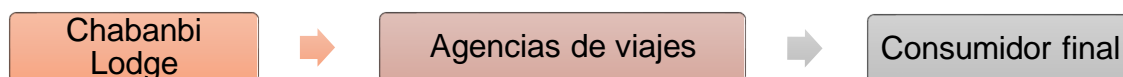
“Chabanbi Lodge” ofertará sus servicios por medio de una página web y redes sociales. Las mismas que estarán conectadas mediante enlaces, y tendrán números de contacto, es así como el consumidor final podrá entablar una conversación directa con el hospedaje, conseguir información y realizar la reserva del servicio.

### 5.2.2.2 Canal indirecto corto



Subscripciones a motores de reserva como Booking y Tripadvisor en los cuales el consumidor final podrá observar información relevante y realizar las reservas en las plataformas.

### 5.2.2.3 Canal indirecto largo



“Chabanbi Lodge” comercializara sus servicios a través de intermediarios como son las agencias de viajes. De esta manera difundirán información y considerarán al hospedaje para sus itinerarios.

### 5.2.3 Publicidad

“Chabanbi Lodge” utilizará canales digitales para dar a conocer su emprendimiento, será una página web, redes sociales y motores de reserva. Las mismas que servirán para realizar campañas promocionales gracias a las herramientas de las plataformas.

#### *Página web*

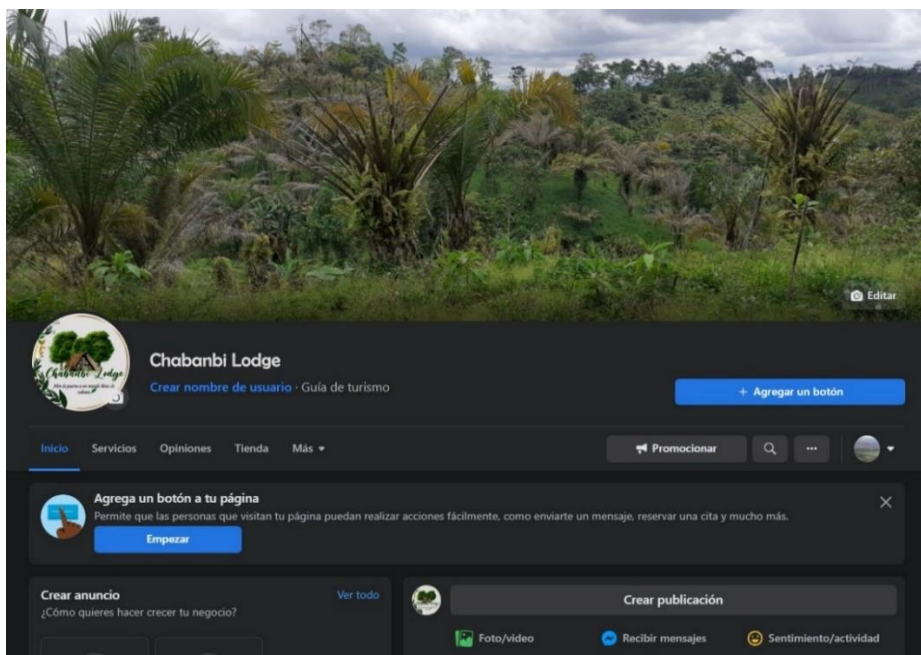
Usando la plataforma Wix la página web de “Chabanbi Lodge” contará con la información pertinente para que los usuarios puedan adquirir información. Además de enlaces que dirijan a los posibles clientes a las redes sociales del emprendimiento y a los motores de reserva suscriptos.

#### *Redes sociales*

La creación de una página de Facebook y un perfil comercial de Instagram para la promoción en las plataformas haciendo uso de sus herramientas de anuncios para llegar a la mayor cantidad de personas posible.

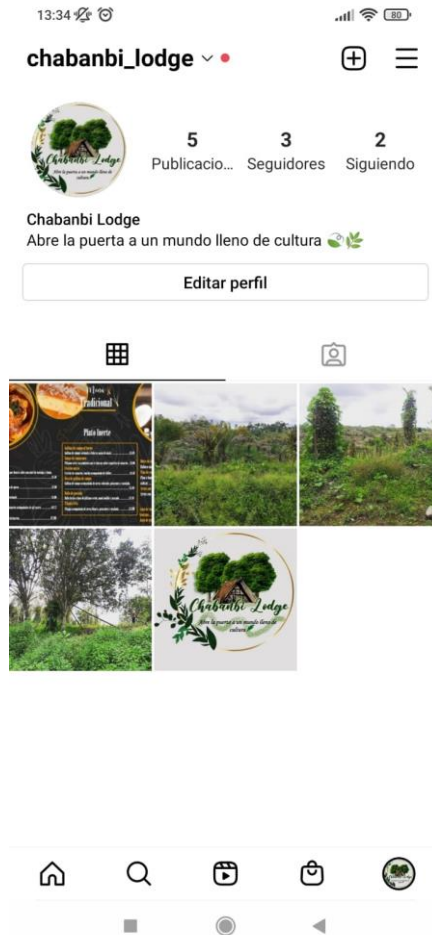
### Figura 30

#### *Página de Facebook*



**Figura 31**

*Página de Instagram*



*Motores de reserva*

Subscripciones a Booking y Tripadvisor serán herramientas por las cuales los usuarios realizarán la reserva. Estas plataformas contienen información resumida y concreta del servicio, así los clientes se pueden informar y de paso reservar.

*Administración y geolocalización*

Se usa Google Bussines para la parte administrativa del emprendimiento de esta manera se tendrá en cuenta los datos estadísticos actualizados y fáciles de interpretar para poder considerar la situación virtual del hospedaje. Además, Google maps ayuda a la geolocalización de “Chabanbi Lodge”, de igual forma

las personas mediante la ubicación pueden emitir comentarios o adjuntar fotos de sus experiencias, esto ayuda a que otros usuarios observen el servicio y se interesen.

#### 5.2.4 Paquetes

En las siguientes tablas se dará a conocer dos itinerarios de paquetes en “Chabanbi Lodge”.

**Tabla 28**

*Paquete dos días una noche*

<b>Paquete dos días una noche</b>			
<b>Día 1</b>			
<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>	<b>Precio</b>	<b>Prestadores</b>
<b>12:00</b>	Check in Conocer las instalaciones y cabaña designada.	\$71 por persona- incluye el alojamiento	Recepcionista
<b>13:30</b>	Almuerzo (revisar con antelación los menús disponibles en la reserva)	\$5- incluido en el paquete	Chef- Ayudantes de cocina
<b>15:00</b>	Elaboración de chocolate artesanal	\$3- incluido en el paquete	Chef
<b>17:00</b>	Evento cultural- representación cultural artística.	\$5-incluido en el paquete	Grupo musical- grupo de danza
<b>19:00</b>	Merienda (revisar con antelación los menús disponibles en la reserva)	\$5- incluido en el paquete	Chef- ayudantes de cocina
<b>Día 2</b>			

<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Precio</b>	<b>Prestadores</b>
<b>07:00</b>	Senderismo- 40 min	\$3- incluido en el paquete	Guía
<b>08:00</b>	Desayuno (revisar con antelación los menús disponibles en la reserva)	\$4-incluido en el paquete	Chef- ayudantes de cocina
<b>09:30</b>	Cabalgata-aproximadamente 30 minutos en el lugar	\$5- incluido en el paquete	Guía
<b>10:10</b>	Pesca deportiva- lo pescado es usado para el almuerzo	\$3-incluido en el paquete	Guía
<b>12:00</b>	Almuerzo (se usa lo pescado para la elaboración)	\$5- incluido en el paquete	Chef- ayudantes de cocina
<b>13:30</b>	Elaboración de artesanías en Tagua	\$3-incluido en el paquete	Artesano
<b>16:30</b>	Check out		Recepcionista



Figura 32

Publicidad para paquete uno

Disfruta de cada etapa de tu vida.  
Vive el momento

Paquete dos días una noche  
Precio: \$ 71

*Chabanbi Lodge*  
Abre la puerta a un mundo lleno de cultura

*Incluye*

- Desayuno
- Almuerzo
- Cena

*Actividades*

- Cabalgata
- Pesca deportiva
- Senderismo
- Demostraciones culturales
- Actividades artesanales

**Aa-ishnu**  
"Respirar profundo"

**Tabla 29**

*Paquete tres días dos noches*

<b>Paquete tres días dos noches</b>			
<b>Día 1</b>			
<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>	<b>Precio</b>	<b>Prestadores</b>
<b>12:00</b>	Check in Conocer las instalaciones y cabaña designada.	\$90 por persona- incluye el alojamiento	Recepcionista
<b>13:30</b>	Almuerzo (revisar con antelación los menús disponibles en la reserva)	\$5- incluido en el paquete	Chef- Ayudantes de cocina
<b>15:00</b>	Elaboración de chocolate artesanal	\$3- incluido en el paquete	Chef
<b>17:00</b>	Evento cultural- representación cultural artística.	\$5- incluido en el paquete	Grupo musical- grupo de danza
<b>19:00</b>	Merienda (revisar con antelación los menús disponibles en la reserva)	\$5- incluido en el paquete	Chef- ayudantes de cocina
<b>Día 2</b>			
<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Precio</b>	<b>Prestadores</b>
<b>07:30</b>	Desayuno (revisar con antelación los menús disponibles en la reserva)	\$4- incluido en el paquete	Chef- ayudantes de cocina
<b>08:30</b>	Salida hacia Balneario la Isla		Guía

<b>09:00</b>	Llegada al Balneario la Isla- tiempo aproximado hasta las 11:30 am	\$2- incluido en el paquete	Guía
<b>12:00</b>	Almuerzo (revisar con antelación los menús disponibles en la reserva)	\$5- incluido en el paquete	Chef- ayudantes de cocina
<b>14:00</b>	Salida hacia el Humedal Nueva Esperanza		Guía
<b>14:30</b>	Llegada al Humedal Nueva Esperanza- tiempo aproximado hasta las 16:30 pm	\$2- incluido en el paquete	Guía
<b>17:00</b>	Actividad cultural- recreación enfocado en el idioma	\$1- incluido en el paquete	Guía- nativo del idioma
<b>19:00</b>	Merienda (revisar con antelación los menús disponibles en la reserva)	\$5- incluido en el paquete	Chef- ayudantes de cocina
<b>Día 3</b>			
<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Precio</b>	<b>Prestadores</b>
<b>07:00</b>	Senderismo- 40 min	\$3- incluido en el paquete	Guía
<b>08:00</b>	Desayuno (revisar con antelación los menús disponibles en la reserva)	\$4- incluido en el paquete	Chef- ayudantes de cocina
<b>09:30</b>	Cabalgata- aproximadamente 30 minutos en el lugar	\$5- incluido en el paquete	Guía

<b>10:10</b>	Pesca deportiva	\$3- incluido en el paquete	Guía
<b>12:00</b>	Almuerzo (se usa lo pescado para la elaboración)	\$5- incluido en el paquete	Chef- ayudantes de cocina
<b>13:30</b>	Elaboración de artesanías en Tagua	\$3- incluido en el paquete	Artesano
<b>16:30</b>	Check out		Recepcionista

**Figura 33**

*Publicidad para paquete dos*

VIVE LA CULTURA

*Chabambi Lodge*  
Paquete tres días dos noches

PRECIO: \$90

*Incluye*

- Desayuno
- Almuerzo
- Cena

*Actividades*

- Cabalgata
- Pesca deportiva
- Senderismo
- Demostraciones culturales
- Actividades artesanales

*Chuvivi*  
Copa de árbol

### 5.2.5 Promoción de ventas

Con el objetivo de fomentar la compra de los servicios de “Chabanbi Lodge” y fidelizar a los futuros clientes se desarrollarán las siguientes promociones:

**Tabla 30**

*Promociones*

<b>Promociones</b>	
<b>Gratuidad</b>	Si se presentan grupos mayores de 10 personas, la onceava persona tiene gratuidad.
<b>Reserva anticipada</b>	Descuento del 10% por reservas anticipadas con pago en efectivo o tarjeta de crédito.
<b>Huésped frecuente</b>	Descuento del 15% a los huéspedes frecuentes que paguen con efectivo o tarjeta de crédito.

Nota. Las promociones son una base para implementar en el funcionamiento del emprendimiento.

### 5.2.6 Investigación y análisis de estrategias y métodos de mercadeo más apropiadas a utilizar

A continuación, se redactan las estrategias de mercadeo para implementar en “Chabanbi Lodge”.

**Tabla 31**

*Estrategias de mercadeo*

<b>Marketing mix</b>	<b>Propuesta</b>	<b>Estrategia</b>
<b>Plaza</b>	Alianzas con agencias de viajes, operadoras y mayoristas	Tener alianzas con agencias de viaje
		Tener acceso a nuevos clientes
<b>Producto</b>	Poner en práctica servicios adicionales para que el Lodge tenga un valor añadido	Alianzas con las personas de Naranjal de los Chachis con la finalidad de realizar demostraciones culturales.
		Alianzas con destinos de Puerto Quito tales como la cascada Azul, balnearios con la finalidad de llevar a los turistas para su recreación.
		Alianzas con empresas de transporte para que el cliente pueda desplazarse hasta "Chabanbi Lodge"

		Alianza con el supermercado de las Golondrinas con la finalidad de obtener los insumos necesarios para la elaboración de alimentos.
		Brindar un seguro para cada empleado.
	Capacitación y motivación interna	Escuchar las sugerencias de los empleados e incrementar su satisfacción en un 90% para mejorar la eficiencia del servicio
		Realizar capacitaciones de manera continua, trimestral o anual con el Ministerio de Turismo. En temas de atención al cliente, manejo de alimentos, limpieza, seguridad laboral, entre otros.
<b>Precio</b>	Enfocarse en los segmentos más importantes con precios accesibles	Centrarse en los segmentos de mercado más fuerte como son familias y parejas. Tener en cuenta el precio de la

		competencia y centrarse en la mejora del servicio
		Si se presentan grupos mayores de 10 personas, la onceava persona tiene gratuidad.
	Descuentos y promociones a clientes	Descuento del 10% por reservas anticipadas con pago en efectivo o tarjeta de crédito.
		Descuento del 15% a los huéspedes frecuentes que paguen con efectivo.
		Realizar publicidad llamativa a través de Facebook e Instagram
<b>Promoción</b>	Realizar publicidad y dar a conocer a través de campañas.	Contratar publicidad televisiva en canales locales
		Crear publicidad en videos publicitarios en la plataforma de YouTube.



## **CAPITULO VI:**

### **6. Estudio Ambiental**

#### **6.1 Descripción de las etapas y sus respectivas actividades del emprendimiento**

Las etapas para considerar en el presente emprendimiento son; construcción, restauración y cuidado de áreas verdes y funcionamiento. Las áreas que servirán para brindar servicios a los clientes son: casa principal, cinco cabañas, un restaurante, caballerizas, un área para cabalgar, un criadero de tilapias, parqueadero y áreas verdes.

#### **Capacidad del Proyecto**

Algunos datos por considerar para poder realizar la evaluación de impacto ambiental son:

**Hectáreas:** 15 hectáreas

**Número de cabañas:** 5 cabañas: dos habitaciones dobles y ocho habitaciones cuádruples.

**Capacidad del hospedaje:** 36 personas

**Restaurante:** capacidad para 44 personas

#### **6.2 Determinación de la metodología**

El método de Criterios Relevantes Integrados se basa en un análisis de varios criterios; es así como se parte desde la identificación de los impactos y acciones en el medio ambiente. Con valores establecidos se estima una

discusión y análisis de los criterios, estos dependen de la naturaleza del proyecto (Carcasés, Gola-Cahimba & Bau- Satula, 2017).

#### Características del método de Criterios Relevantes Integrados

- Conocer las actividades que se generan durante la ejecución del emprendimiento.
- Identificarse siempre los cambios sobre el medio físico, biótico y socioeconómico.
- Este método propone la elaboración del índice VIA (valor el impacto ambiental).
- La metodología es aplicable a proyectos con intensa participación multidisciplinaria.
- Existen dos ecuaciones muy importantes la primera para calcular la Magnitud y la segunda para calcular el VIA.

La simbología utilizada es la siguiente:

**Tabla 32**

#### *Simbología*

C= carácter	RE= reversibilidad	MA= muy alto	MB= muy bajo
EX= extensión	RG= riesgo	AL= alto	NE= neutro
DU= duración	VIA= índice de impacto	ME= medio	
MAG= magnitud	SIG= significado	BA= bajo	

Nota. Cada factor fue obtenido del método CRI.

Tipo de acción que genera el cambio

**Carácter del impacto:** la relación entre el cambio y el estado previo de cada acción del proyecto, en este caso si la construcción del alojamiento es positivo o negativo.

**Intensidad:** es el vigor como se manifiesta el cambio por las acciones del

emprendimiento. Se establecen las predicciones del cambio neto entre las condiciones con y sin proyecto. El valor numérico de la intensidad se relaciona con el índice de calidad ambiental del indicador elegido, este varía entre 0 y 10.

**Extensión o influencia espacial:** superficie que es afectada por las acciones del emprendimiento, sea directo o indirecto. La escala de valoración:

**Tabla 33**

*Extensión*

<b>Extensión</b>	<b>Valoración</b>
Generalizado	10
Local	5
Muy Local	2

Nota. Valores tomados del método CRI.

**Duración del cambio:** es el periodo de tiempo durante el cual las acciones propuestas involucran cambios ambientales. Para poder realizar el análisis se utiliza la siguiente tabla:

**Tabla 34**

*Duración*

<b>Duración (años)</b>	<b>Plazo</b>	<b>Valoración</b>
>10	Largo	10
5-10	Mediano	5
1-5	<b>Corto</b>	2

Nota. Valores obtenidos del método CRI.

**Magnitud:** sintetiza la intensidad, duración e influencia espacial. Es un criterio integrado, la expresión matemática es:

$$M_i = (I * W_i) + (E * W_e) + (D * W_d)$$

**Tabla 35***Factores magnitud*

<b>I</b>	<b>Intensidad</b>	<b>Wi= peso del criterio intensidad</b>
<b>E</b>	<b>Extensión</b>	<b>We= peso del criterio extensión</b>
<b>D</b>	<b>Duración</b>	<b>Wd= peso del criterio duración</b>

Nota. La magnitud utiliza la intensidad, extensión y duración, además de los pesos de cada criterio.

$M_i =$  índice de magnitud del efecto  $i$   $W_i + W_e + W_d = 1$

**Reversibilidad:** es la capacidad del sistema de retornar a una situación de equilibrio similar o equivalente a la inicial:

**Tabla 36***Reversibilidad*

<b>Categoría</b>	<b>Capacidad de reversibilidad</b>	<b>Valoración</b>
Irreversible	Baja o irrecuperable	10
	Impacto puede ser reversible a muy bajo plazo (50 años o más)	
Parcialmente Reversible	Media, impacto reversible a largo plazo	5
Reversible	Alta, impacto reversible a corto plazo (0 a 10 años)	2

Nota. Los valores se obtuvieron del método CRI.

**Riesgo:** es la probabilidad de ocurrencia del efecto sobre la globalidad del

componente. Se usa los siguientes valores de la escala:

**Tabla 37**

*Riesgo*

<b>Probabilidad</b>	<b>Rango (%)</b>	<b>Valoración</b>
Alta	>50	10
Media	10-50	5
Baja	1-10	2

Nota. Valores obtenidos del método CRI.

**Índice integral del impacto ambiental VIA:** se realiza a través de un proceso de amalgamiento, para esto se usa una expresión matemática que integra los criterios que se redactaron anteriormente. Su fórmula es:

$$VIA = (R^{wr} * RG^{wrg} * M^{wm})$$

**Tabla 38**

*Factores del VIA*

<b>R</b>	Reversibilidad	wr= peso del criterio reversibilidad
<b>RG</b>	Riesgo	wrg= peso del criterio riesgo
<b>M</b>	Magnitud	wm= peso del criterio magnitud

Nota. El VIA toma en cuenta la reversibilidad, riesgo y magnitud, con sus respectivos valores de peso.

VIA= Índice de impacto para el componente o variable i

La sumatoria  $w_r + w_{rg} + w_m = 1$

Los pesos relativos asignados a cada uno de los criterios corresponden a los siguientes:

**Tabla 39***Pesos relativos*

<sup>w</sup> intensidad	= 0.40
<sup>w</sup> extensión	= 0.40
<sup>w</sup> duración	= 0.20
<sup>w</sup> magnitud	= 0.61
<sup>w</sup> reversibilidad	=0.22
<sup>w</sup> riesgo	=0.17

Nota. Los valores se obtuvieron del método CRI.

**Significado:** es la importancia relativa o al sistema de referencia utilizado para evaluar el impacto. Consiste en clasificar el índice o VIA obtenido. De acuerdo con estas categorías:

**Tabla 40***Significado*

Índice	Nivel o significado
>8,0	Muy alto
6,0- 8,0	Alto
4,0- 6,0	Medio
2,0- 4,0	Bajo
<2,0	Muy bajo

Nota. Los valores se obtuvieron del método CRI.

### 6.3 Identificación, evaluación y jerarquización de los impactos

Para poder desarrollar la evaluación de impacto ambiental en el emprendimiento, se tendrá en cuenta los siguientes tres aspectos para poder identificar, predecir, valorar y mitigar los impactos físicos, biológicos y socio culturales. De esta manera se pretende asegurar que el proyecto es factible y considerar los impactos negativos y positivos, así se podrá diseñar alternativas de solución.

**Tabla 41**

*Medio potencialmente afectado*

<b>Medio Potencialmente Afectado</b>	<b>Componente Ambiental</b>	<b>Factor afectado</b>
Medio Físico	Agua	Aguas superficiales
	Suelo	Relieve y topografía
		Contaminación
		Capacidad agrologica
	Aire	Calidad del aire
		Nivel de ruido
		Polvo y humos
	Procesos	Drenaje superficial
Compactación suelo		
Medio Biótico	Flora	Cubierta vegetal
		Cultivos
	Fauna	Diversidad de especies
		Hábitats
Medio Socioeconómico y Cultural	Usos de territorio	Espacios salvajes
		Actividad turística
		Agricultura

		Residencial
		Minas y canteras
	Recreativos	Pesca
		Camping
		Excursión
		Zonas de recreo
	Nivel Cultural	Estados de vida
		Salud y seguridad
		Empleo
		Densidad de población
	Servicios e infraestructuras	Red de transportes
		Red de servicios
		Vertederos de residuos
		Corredores


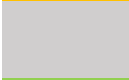

Nota. Son los componentes potencialmente afectados por el emprendimiento.

## 6.4 Matrices de evaluación

### 6.4.1 Identificación

Para poder empezar primero se realiza la interacción, de esta forma se puede relacionar que componentes o factores se corresponden entre sí. Es importante que por cada acción se considere los factores ambientales que puedan ser afectados. A continuación, se da a conocer la matriz de interacción.

Para poder entender el trabajo efectuado, se considera lo siguiente:

Malo	
Regular	
Bueno	



6.4.2 Matriz de interacción




Tabla 42

Matriz de interacción

ACCIONES DEL PROYECTO		ETAPA DE CONSTRUCCION														Etapas de Operación	EVALUACIONES						
		A. Contratación del personal	B. Alteración de la cubierta terrestre	C. Excavaciones superficiales	D. Alteración del drenaje	E. Estabilización química del suelo	F. Pavimentaciones o recubrimientos de superficies	G. Caminos	H. Ruidos y vibraciones	I. Dotación de agua y alcantarillado	J. Construcción de las cabañas (Carpintería)	K. Barreras, incluyendo vallados	L. Desmontes y rellenos	M. Redes de alimentación eléctrica.	N. Comunicaciones	A. Reposición forestal				B. Reciclado de residuos (materiales utilizados)	A. Generación de Empleo	B. Mantenimiento de zonas verdes	C. Mantenimiento de cabañas
FACTORES AMBIENTALES		ACCIONES PROPUESTAS																					
FÍSICO	1. AGUA	A. Aguas Superficiales																					
		B. Calidad																					
	2. SUELO	A. Relieve y Topografía																					
		B. Contaminación																					
		C. Capacidad Agrologica																					

A. MEDIO	3. AIRE	A. Calidad del aire	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■					
		B. Nivel del Ruido	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
		C. Polvos y humos	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
	4. PROCESOS	A. Drenaje Superficial	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■					
		B. Compactación y asiento	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■					
	B. Medio BIÓTICO	1. FLORA	A. Cubierta Vegetal	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■					
			B. Cultivos	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
		2. FAUNA	A. Diversidad de Especies	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
	B. Hábitats		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■					
	URAL	1. USOS DEL TERRITORIO	A. Espacios abiertos o salvajes	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■					
B. Actividad turística			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■					
C. Agricultura			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■					
D. Residencial			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■					
E. Minas y Canteras			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■					

<b>C. MEDIO SOCIOECONÓMICO Y CULTURAL</b>	<b>2. RECREATIVOS</b>	A. Pesca	Regular	Regular	Malo	Regular	Regular	Malo	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	
		B. Camping	Bueno	Malo	Malo	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
		C. Excursión	Bueno	Malo	Malo	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
		D. Zonas de recreo	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
	<b>3. NIVEL CULTURAL</b>	A. Estados de vida	Bueno	Malo	Malo	Malo	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
		B. Salud y seguridad	Bueno	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
		C. Empleo	Bueno	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno
		D. Densidad de población	Bueno	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
	<b>4. SERVICIOS E INFRAESTRUCTURA</b>	B. Red de transportes	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Regular	Regular
		C. Red de servicios	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
		D. Vertederos de residuos	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
		F. Corredores	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
	<b>E. OTROS</b>	A.																			
		B.																			

	Malo
	Regular
	Bueno

Nota. La matriz de interacción da a conocer los factores que tienen relación entre sí.

### 6.4.3 Evaluación método CRI en base a los componentes

**Tabla 43**

*Evaluación componente físico*

Evaluación componente Físico											
Subcomponentes		C	IN	EX	DU	MAG	RE	RG	VIA	SIG	Severidad/ Significancia
Agua	Aguas Superficiales	+	5	5	2	4,4	2	2	3,2	BA	<b>14,08</b>
	Calidad	+	5	5	2	4,4	2	2	3,2	BA	<b>14,08</b>
Suelo	Relieve y Topografía	-	6	5	5	5,4	5	5	5,2	ME	<b>28,08</b>
	Contaminación	-	6	5	5	5,4	2	2	3,6	BA	<b>19,44</b>
	Capacidad Agrologica	-	7	5	5	5,8	2	2	3,8	BA	<b>22,04</b>
Aire	Calidad del aire	+	2	2	2	2	2	2	2	MB	<b>4</b>
	Nivel de Ruido	+/-	2	2	2	2	2	2	2	MB	<b>4</b>
	Polvos y humos	-	5	5	2	4,4	2	2	3,2	BA	<b>14,08</b>
Procesos	Drenaje Superficial	-	4	2	5	3,4	2	5	3,2	BA	<b>10,88</b>
	Compactación y asiento	+/ -	4	2	5	3,4	2	5	3,2	BA	<b>10,88</b>

Los indicadores de impacto determinados en esta evaluación muestran de acuerdo con el cuadro #1, que el significado varía entre muy baja, baja y media. Tanto los impactos negativos como positivos tienen un significado entre este rango. Es así como se puede inferir que las acciones del emprendimiento pueden causar un bajo impacto en el entorno, siendo esta la variable que más predomina en la interpretación.

**Tabla 44***Evaluación componente biótico*

Evaluación componente Biótico											
Subcomponentes		C	IN	EX	DU	MAG	RE	RG	VIA	SIG	Severidad
Flora	Cubierta vegetal	-	3	5	2	3,6	2	2	2,8	BA	<b>10,08</b>
	Cultivos	-	2	5	2	3,2	2	2	2,6	BA	<b>8,32</b>
Fauna	Diversidad de Especies	-	4	5	2	4	2	2	3	BA	<b>12</b>
	Hábitat	-	2	5	2	3,2	2	2	2,6	BA	<b>8,32</b>

Los indicadores de impacto determinados en esta evaluación muestran de acuerdo con el cuadro #2, que el significado es bajo. Solo se detallan impactos negativos los cuales tienen un significado en este rango. Es así como se puede inferir que las acciones del emprendimiento pueden causar un bajo impacto negativo en el entorno, siendo esta la variable que más predomina en la interpretación. No obstante, se deben buscar alternativas para prevenir cualquier inconveniente.

**Tabla 45**

*Evaluación componentes socioeconómico y cultural*

Evaluación componente Socioeconómico y cultural											
Subcomponentes		C	IN	EX	DU	MAG	RE	RG	VIA	SIG	Severidad/ Significancia
Uso del Territorio	Espacios abiertos o Salvajes	-/+	3	2	2	2,4	2	2	2,23	BA	<b>5,52</b>
	Actividad turística	+/-	4	5	5	4,6	2	5	3,8	BA	<b>17,48</b>
	Agricultura	+/-	4	5	5	4,6	2	5	3,8	BA	<b>17,48</b>
	Residencial	+/-	5	5	5	5	2	5	4	ME	<b>20</b>
	Pesca	+	4	5	2	4	2	5	3,5	BA	<b>14</b>
	Camping	+	4	5	2	4	2	5	3,5	BA	<b>14</b>
	Excursión	+	4	5	2	4	2	5	3,5	BA	<b>14</b>
	Zonas de recreo	+	4	5	2	4	2	5	3,5	BA	<b>14</b>
	Estados de vida	+	5	5	2	4,4	2	2	3,7	BA	<b>16,28</b>
	Salud y seguridad	+	5	5	2	4,4	2	5	3,7	BA	<b>16,28</b>
Empleo	+	5	5	2	4,4	2	5	3,7	BA	<b>16,28</b>	

Densidad de Población	+	5	5	2	4,4	2	5	3,7	BA	<b>16,28</b>
Red de transporte	+	6	5	5	5,4	2	5	4,2	ME	<b>22,68</b>
Red de servicios	+	6	5	5	5,4	2	5	4,2	ME	<b>22,68</b>
Vertederos de Residuos	+	6	5	5	5,4	2	5	4,2	ME	<b>22,68</b>
Corredores	+	6	5	5	5,4	2	5	4,2	ME	<b>22,68</b>

Los indicadores de impacto determinados en esta evaluación muestran de acuerdo con el cuadro #3, que el significado varía entre baja y medio. Se detallan impactos negativos y positivos los cuales tienen un significado en este rango. Se puede inferir que las acciones del emprendimiento en el componente socioeconómico y cultural pueden causar un bajo impacto positivo en el entorno, siendo esta la variable que más predomina en la interpretación.

#### 6.4.4 Jerarquización

**Tabla 46**

*Jerarquización*

<b>Carácter</b>	<b>Valor</b>	<b>Impacto</b>
	22,68	Red de transporte
	22,68	Red de servicios
	22,68	Vertederos de residuos
	22,68	Corredor
	20	Residencial
	17,48	Agricultura
	17,48	Actividad turística
	16,28	Estados de vida
	16,28	Salud y seguridad
	16,28	Empleo
<b>+</b>	16,28	Densidad de población
	14,08	Aguas superficiales
	14,08	Calidad
	14	Pesca
	14	Camping
	14	Excursión
	14	Zonas de recreo
	10,88	Compactación del suelo
	4	Calidad del aire
	4	Nivel de ruido
	28,08	Relieve de la topografía
	22,04	Capacidad agrologica
<b>-</b>	19,44	Contaminación
	14,08	Polvos y humos
	12	Diversidad de especies



10,88	Drenaje superficial
10,88	Cubierta vegetal
8,32	Cultivos
8,32	Hábitat
5,52	Espacios abiertos o salvajes

Nota. La jerarquización se realizó en base a los datos obtenidos y los valores del método CRI.

## 6.5 Matriz de plan de manejo ambiental

**Tabla 47**

*Plan de manejo*

<b>N°</b>	<b>Factores</b>	<b>Variable</b>	<b>Actividad de mitigación</b>	<b>Responsables</b>	<b>Plazo</b>	<b>Evidencia</b>
1	Agua	Calidad del agua	Adecuación del sistema de recolección de agua lluvias para su reúso con instalaciones de ecomuros o muros verdes.	Asesor ambiental	Mediano	Sistema de recolección de aguas de lluvias
			Solicitud concesión de agua y permiso de vertimientos ante la autoridad ambiental	Asesor ambiental	Mediano	Resolución que otorga el permiso
2	Suelo	Relieve y topografía	Se limitará estrictamente el movimiento de tierra al área de ubicación de las cabañas, a fin de disturbar la menor	Supervisor de la obra	Mediano	

			cantidad de suelo.			
			El material superficial removido será apilado y protegido para su posterior utilización.	Supervisor de la obra	Mediano	Material almacenado
		Contaminación del suelo	Los residuos de limpieza y mantenimiento de las habitaciones y oficinas serán caracterizados, segregados, almacenados, transportados y dispuestos finalmente por la Empresa Prestadora de Servicios de Residuos Sólidos autorizada por El Municipio del cantón Puerto Quito.	Encargados de limpieza	Corto	

			Al finalizar la obra, el contratista desmantelará las casetas, almacenes, talleres y demás construcciones temporales, dispondrá los escombros y restaurará el paisaje a condiciones similares o mejores a las iniciales.	Supervisor de la obra	Mediano	Inspección de la obra
3	Aire	Polvos y humos	En las áreas colindantes a centros poblados se realizará el humedecimiento de los caminos de acceso con el fin de evitar la dispersión de material particulado.	Empleados de las instalaciones	Corto	
			Con relación al material de las excavaciones y cortes de madera, parte será usado para el relleno en la	Supervisor de la obra	Mediano	Registro de las actividades

			cimentación de los pilares de las cabañas, el resto será esparcido alrededor de la infraestructura y compactado con el fin de no alterar el paisaje.			
4	Procesos	Drenaje superficial	Queda prohibido todo tipo de vertimiento de residuos líquidos dentro de la zona del proyecto por personal de la obra.	Supervisor de la obra	Mediano	Registro de actividades
			Desarrollar un sistema de drenaje superficial para remover de los excesos de agua acumulados sobre la superficie del terreno, a causa de lluvias muy intensas y frecuentes por su topografía muy plana.	Supervisor de la obra	Mediano	Registro de actividades

5	Flora	Cultivos	Pavimentar exclusivamente las superficies necesarias, con el fin de no disminuir en gran cantidad el espacio de cultivos.	Supervisor de la obra	Mediano	Registro de actividades
6	Usos del territorio	Espacios abiertos y salvajes	Los senderos serán realizados tomando en cuenta las dimensiones apropiadas para no ocasionar alteraciones en el entorno.	Licenciado/a en Turismo	Mediano	Checklist
			Evitar desechos de la obra fuera del espacio de construcción, para no alterar el entorno.	Supervisor de la obra	Mediano	Inspección de la obra

## CAPITULO VII:

### 7. Estudio Financiero

#### 7.1 Inversiones y capital de trabajo

##### 7.1.1 Capital de trabajo

A continuación, se da a conocer mediante tablas el capital de trabajo necesario para el funcionamiento de “Chabanbi Lodge”.

**Tabla 48**

*Permisos de funcionamiento*

<b>Permiso de funcionamiento</b>	
Licencia de funcionamiento	50
Inscripción registro mercantil	25
Patente municipal	385
Trámite de Senadi	208
Permiso de funcionamiento de bomberos	10
<b>Total</b>	<b>678</b>

**Tabla 49**

*Sueldos de trabajadores*

<b>Sueldos</b>				
<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Sueldo por persona</b>		<b>Total</b>
Gerente general	1	\$	425,00	\$ 425,00
Recepcionista	1	\$	425,00	\$ 425,00

Chef de cocina	1	\$	425,00	\$	425,00
Personal de limpieza	1	\$	425,00	\$	425,00
Conserje	1	\$	425,00	\$	425,00
Cajero	1	\$	425,00	\$	425,00
Ayudantes de cocina	1	\$	425,00	\$	425,00
<b>Total</b>				<b>\$</b>	<b>2.975,00</b>

**Tabla 50**

*Servicios básicos*

<b>Servicios básicos</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor mensual</b>
Agua	80
Luz	150
Teléfono	30
Internet	80
Tv cable	50
Gas	20
Subtotal sin iva	280
Subtotal con iva (tv cable, internet)	130
Iva 12%	15.6
<b>Total</b>	<b>425,6</b>

**Tabla 51**

*Gastos de marketing un solo pago*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio anual total</b>
Diseño de logo	1	\$ 160,00	\$ 160,00



Propuesta imagen corporativa	1	\$ 230,00	\$ 230,00
Plataforma de comercialización digital (diseño página web, redes y suscripciones)	1	\$ 202,00	\$ 202,00
Letrero	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Plan social media	1	\$ 150,00	\$ 150,00
<b>Subtotal</b>			\$ 922,00
<b>Iva (12%)</b>			\$ 110,64
<b>Total</b>			<b>\$ 1.032,64</b>

#### i. Fuentes de Financiamiento y Costo del Capital

En el plan de financiación de “Chabanbi Lodge” se ha previsto dos fuentes de financiamiento, mismas que permitirán cubrir el 100% de la inversión inicial para poner en marcha el emprendimiento. La primera fuente será mediante el aporte de los socios con el 36,1% del total de la inversión, considerando \$ 20.000 perteneciente al terreno donde estará ubicado “Chabanbi Lodge” y equivale el 31,74% del total de la inversión, por lo cual se presenta que el financiamiento será del 68,26% correspondiente a \$ 86.020 que se pretende obtener con un crédito bancario en Produbanco. Se toma en cuenta el programa de crédito hipotecario que se destina para viviendas en el caso del emprendimiento.

**Tabla 52**

#### *Simulador Produbanco*

<b>VALOR DEL BIEN</b> (USD S) (requerido)	<b>EDAD</b> (requerido)
116000	18 a 65 Años
<b>ENTRADA</b> (USD S) (requerido)	<b>SISTEMA DE PAGO ELEGIDO</b> (requerido)
34800	Cuota fija (Francesa)
<b>PLAZO</b> (meses) (requerido)	<b>DESEA FINANCIAR GASTOS</b> (requerido)
60	Si
<b>VALOR A FINANCIAR</b>	<b>TASA NOMINAL ANUAL (%)</b>
USD S 86,296.87	9.93

<b>CONTRIBUCIÓN DE SOLCA</b>	<b>PRIMERA CUOTA (mensual)</b>
USD \$ 429.34	USD \$ 1,831.00
<b>TASA EFECTIVA ANUAL (%)</b>	<b>TASA ANUAL DEL COSTO DEL CRÉDITO (%)</b>
10.39	13.36
<b>VALOR A DESEMBOLSAR</b>	
USD \$ 81,200.00	
<b>SEGURO CONTRA INCENDIO (financiado)</b>	<b>SEGURO DE DESGRAVAMEN (financiado)</b>
USD \$ 854.60	USD \$ 812.92
<b>GASTOS LEGALES (financiado)</b>	<b>TOTAL GASTOS FINANCIADOS (financiado)</b>
USD \$ 3,000.00	USD \$ 4,667.52


## 7.2 Estados Financieros Proyecto

### 7.2.1 Balance de situación inicial

El estudio económico financiero presenta como finalidad demostrar la viabilidad financiera del diseño de “Chabanbi Lodge”. El presente estado de situación inicial permite dar a conocer una demostración del inicio de la actividad comercial. A continuación, se detallan los activos, pasivos y patrimonio de la empresa al principio de su funcionamiento.

**Tabla 53**

#### Estado inicial

		<b>EMPRESA ABC</b>	
		<b>BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2020</b>	
<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>Activo Circulante</b>		<b>Pasivo Circulante</b>	
Caja	\$2.000	Proveedores	
BANCOS	\$20.134	Prestamo al Banco del Pacifico	\$86.020
		Intereses por pagar	
		ISR por pagar	
		Anticipo de clientes	
<b>Total Activo Circulante</b>	<b>\$22.134,04</b>	<b>Total Pasivo Circulante</b>	<b>\$86.020</b>

Activo Fijo			Pasivo a Largo Plazo		
Terrenos		\$20.000	Documentos por pagar a largo plazo		\$0
Edificios/construcciones		\$43.059	<b>Total Pasivo Circulante</b>		<b>\$0</b>
Equipo mobiliario		\$12.645			
Equipo de computación		\$2.919,84			
Maquinaria y equipo		\$11.198			
Equipo de oficina		\$4.566,91			
Menaje y lencería		\$9.289			
Otros		\$0			
<b>Total Activo Fijo</b>		<b>\$103.678</b>			
<b>OTROS ACTIVOS</b>			<b>PATRIMONIO</b>		
Rentas pagadas por anticipado			BIENES INMUEBLES		\$20.000
Derechos de marca de empresa		\$208	BIENES MUEBLES		\$0
<b>Total Otros Activos</b>		<b>\$208</b>	APORTE EN EFECTIVO		\$20.000
			<b>Total Capital contable</b>		<b>\$40.000</b>
<b>SUMA DEL ACTIVO</b>		<b>\$126.020</b>			
			<b>SUMA DEL CAPITAL CONTABLE</b>		<b>\$40.000</b>
			<b>SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>\$126.020</b>

Para el presente proyecto del diseño de “Chabanbi Lodge” se evidencia que los activos circulantes corresponden a \$ 22.134,04 que es un valor estimado para cubrir el capital de trabajo de los primeros meses de la puesta en marcha. Los activos fijos por otra parte ascienden a \$ 103.678 que es el valor necesario que incluye los bienes, derechos, inversiones y aplicación de recursos, presentando como resultado un total de activos por \$ 126.020. Del valor total de los activos que corresponde a la inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto, se ha estimado el monto del patrimonio que corresponde a \$ 20.000 perteneciente al terreno donde estará ubicado “Chabanbi Lodge” y equivale el 31,74% del total de la inversión, por lo cual se presenta que el financiamiento será del 68,26% correspondiente a \$ 86.020.

## 7.2.2 Tabla de amortización

**Tabla 54**

### Amortización

<b>Plazo</b>	<b>120</b>
<b>Monto</b>	<b>86.020</b>
<b>Tasa Anual</b>	<b>11,46%</b>

<b>Tasa mensual</b>	0,96%
<b>Pago mensual</b>	\$1.207,43

El monto de financiamiento es de \$ 86.020 que se pretende obtener con un crédito bancario en Produbanco. Se toma en cuenta el programa de crédito hipotecario que se destina para viviendas en el caso del emprendimiento se considera aprovechar la finca teniendo en cuenta las construcciones de la casa principal, el restaurante y cabañas que se van a implementar. En base al crédito hipotecario se tiene las siguientes especificaciones; un interés del 11,46%, en un plazo de 120 meses que nos permite tener un pago mensual de \$ 1.207,43.

### 7.2.3 Costo de capital

**Tabla 55**

*Costo de capital*

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL						
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA		COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	126019,71	100%		9,56%		9,56%
IMPUESTO A LA RENTA				0%		
CAPITAL PROPIO	40000	32%	5,48%	1,74%		
FINANCIAMIENTO	86019,71	68%	11,46%	7,82%		

El total de la inversión requerida para el emprendimiento es de \$126.019,71 de los cuales \$ 40.000 corresponde al capital propio siendo este el 32% y el restante \$ 86.019,71 será el financiamiento correspondiente al 68% del total de la inversión. Es así como el crédito de la financiación se entrega al 11,46% y del capital propio tiene una tasa pasiva que al mes de noviembre del 2021 es de 5,48%. Realizando el cálculo de los datos se tiene un índice de 9,56% como costo del capital de la inversión.

## 7.2.4 Flujo de caja del año 1

A continuación, se presenta la entrada y salida de efectivo en las operaciones y el financiamiento del primer año del emprendimiento, siendo este el indicador de liquidez en el cual se detallan ingresos y egresos del “Chabanbi Lodge”.

**Tabla 56**

### Flujo de caja año uno

CUANTIFICACIÓN DE FLUJO AÑO 1															
INGRESOS	Precio	unidad a la venta	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL ANUAL
			15%	15%	20%	20%	20%	25%	25%	25%	20%	25%	25%	20%	
			60%	60%	80%	80%	80%	100%	100%	100%	80%	100%	100%	80%	
Habitación doble (2)	\$ 60,00	40	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 480,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 480,00	\$ 6.120,00
Habitaciones cuadruple (8)	\$ 120,00	160	\$ 2.880,00	\$ 2.880,00	\$ 3.840,00	\$ 3.840,00	\$ 3.840,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 3.840,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 3.840,00	\$ 48.960,00
Desayunos	\$ 4,00	680	\$ 1.632,00	\$ 1.632,00	\$ 2.176,00	\$ 2.176,00	\$ 2.176,00	\$ 2.720,00	\$ 2.720,00	\$ 2.720,00	\$ 2.176,00	\$ 2.720,00	\$ 2.720,00	\$ 2.176,00	\$ 27.744,00
Almuerzos	\$ 5,00	800	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 3.200,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 3.200,00	\$ 40.800,00
Cenas	\$ 5,00	560	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 2.240,00	\$ 2.240,00	\$ 2.240,00	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 2.240,00	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 2.240,00	\$ 28.560,00
Cabalgata	\$ 5,00	360	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.440,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.440,00	\$ 18.360,00
Pesca deportiva	\$ 3,00	360	\$ 648,00	\$ 648,00	\$ 864,00	\$ 864,00	\$ 864,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 864,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 864,00	\$ 11.016,00
Senderismo	\$ 3,00	400	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 960,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 960,00	\$ 12.240,00
Actividades culturales	\$ 5,00	360	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.440,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.440,00	\$ 18.360,00
Actividades artesanales	\$ 3,00	360	\$ 648,00	\$ 648,00	\$ 864,00	\$ 864,00	\$ 864,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 864,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 864,00	\$ 11.016,00
			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL INGRESOS</b>			\$ 13.128,00	\$ 13.128,00	\$ 17.504,00	\$ 17.504,00	\$ 17.504,00	\$ 21.880,00	\$ 21.880,00	\$ 21.880,00	\$ 17.504,00	\$ 21.880,00	\$ 21.880,00	\$ 17.504,00	\$ 223.176,00
<b>EGRESOS</b>															
Costo hab doble			\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 144,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 144,00	\$ 1.836,00
Costo hab cuadruple			\$ 864,00	\$ 864,00	\$ 1.152,00	\$ 1.152,00	\$ 1.152,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.152,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.152,00	\$ 14.688,00
Costo Desayunos			\$ 538,56	\$ 538,56	\$ 718,08	\$ 718,08	\$ 718,08	\$ 897,60	\$ 897,60	\$ 897,60	\$ 718,08	\$ 897,60	\$ 897,60	\$ 718,08	\$ 9.155,52
Costo Almuerzos			\$ 1.545,60	\$ 1.545,60	\$ 2.060,80	\$ 2.060,80	\$ 2.060,80	\$ 2.576,00	\$ 2.576,00	\$ 2.576,00	\$ 2.060,80	\$ 2.576,00	\$ 2.576,00	\$ 2.060,80	\$ 26.275,20
Costo Cenas			\$ 1.081,92	\$ 1.081,92	\$ 1.442,56	\$ 1.442,56	\$ 1.442,56	\$ 1.803,20	\$ 1.803,20	\$ 1.803,20	\$ 1.442,56	\$ 1.803,20	\$ 1.803,20	\$ 1.442,56	\$ 18.392,64
Costo cabalgata			\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 288,00	\$ 288,00	\$ 288,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 288,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 288,00	\$ 3.672,00
Costo pesca deportiva			\$ 129,60	\$ 129,60	\$ 172,80	\$ 172,80	\$ 172,80	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 172,80	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 172,80	\$ 2.203,20
Costo senderismo			\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 192,00	\$ 192,00	\$ 192,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 192,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 192,00	\$ 2.448,00
Costo actividades culturales			\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 288,00	\$ 288,00	\$ 288,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 288,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 288,00	\$ 3.672,00
Costo actividades artesanales			\$ 194,40	\$ 259,20	\$ 345,60	\$ 345,60	\$ 345,60	\$ 432,00	\$ 432,00	\$ 432,00	\$ 345,60	\$ 432,00	\$ 432,00	\$ 345,60	\$ 4.341,60
Sueldos y salarios			\$ 3.150,00	\$ 3.150,00	\$ 3.150,00	\$ 3.150,00	\$ 3.150,00	\$ 3.150,00	\$ 3.150,00	\$ 3.150,00	\$ 3.150,00	\$ 3.150,00	\$ 3.150,00	\$ 3.150,00	\$ 37.800,00
Decimos										\$ 3.150,00				\$ 3.150,00	
Pago IESS			\$ 351,23	\$ 351,23	\$ 351,23	\$ 351,23	\$ 351,23	\$ 351,23	\$ 351,23	\$ 351,23	\$ 351,23	\$ 351,23	\$ 351,23	\$ 351,23	\$ 4.214,70
Permisos			\$ 678,00												\$ 678,00
Impuestos			\$ 843,94	\$ 843,94	\$ 1.125,26	\$ 1.125,26	\$ 1.125,26	\$ 1.406,57	\$ 1.406,57	\$ 1.406,57	\$ 1.125,26	\$ 1.406,57	\$ 1.406,57	\$ 1.125,26	\$ 14.347,03
Publicidad			\$ 1.032,64	\$ 8,25	\$ 8,25	\$ 8,25	\$ 8,25	\$ 158,25	\$ 8,25	\$ 8,25	\$ 8,25	\$ 8,25	\$ 8,25	\$ 158,25	\$ 1.423,39
Servicios Básicos			\$ 425,60	\$ 425,60	\$ 425,60	\$ 425,60	\$ 425,60	\$ 425,60	\$ 425,60	\$ 425,60	\$ 425,60	\$ 425,60	\$ 425,60	\$ 425,60	\$ 5.107,20
Servicios prestados			\$ 824,00	\$ 824,00	\$ 824,00	\$ 824,00	\$ 824,00	\$ 824,00	\$ 824,00	\$ 824,00	\$ 824,00	\$ 824,00	\$ 824,00	\$ 824,00	\$ 9.888,00
PAG DE PRESTAMO			\$ 1.890,07	\$ 1.890,07	\$ 1.890,07	\$ 1.890,07	\$ 1.890,07	\$ 1.890,07	\$ 1.890,07	\$ 1.890,07	\$ 1.890,07	\$ 1.890,07	\$ 1.890,07	\$ 1.890,07	\$ 22.680,85
			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL EGRESOS</b>			\$ 14.233,56	\$ 12.595,97	\$ 14.578,24	\$ 14.578,24	\$ 14.578,24	\$ 16.710,52	\$ 16.560,52	\$ 19.710,52	\$ 14.578,24	\$ 16.560,52	\$ 16.560,52	\$ 17.878,24	\$ 189.123,33
<b>FLUJO DE CAJA</b>			-\$ 1.105,56	\$ 532,03	\$ 2.925,76	\$ 2.925,76	\$ 2.925,76	\$ 5.169,48	\$ 5.319,48	\$ 2.169,48	\$ 2.925,76	\$ 5.319,48	\$ 5.319,48	-\$ 374,24	
<b>FLUJO ACUMULADO</b>			-\$ 1.105,56	-\$ 573,53	\$ 2.352,23	\$ 5.277,99	\$ 8.203,74	\$ 13.373,23	\$ 18.692,71	\$ 20.862,19	\$ 23.787,95	\$ 29.107,43	\$ 34.426,91	\$ 34.052,67	\$ 34.052,67

Para calcular el flujo del año uno se consideró en los ingresos y egresos de los diez productos a ofertarse mensualmente en "Chabanbi Lodge". En el área de hospedaje son; dos habitaciones dobles y ocho habitaciones cuádruples. En el restaurante; los desayunos, almuerzos y cenas. Y por último las actividades recreativas; cabalgata, pesca deportiva, senderismo, actividades culturales y actividades artesanales. En el hospedaje al mes las habitaciones dobles se pueden vender hasta 40 unidades y las cuádruples hasta 160 unidades; se consideraron precios de \$60 por la doble y \$ 120 por la cuádruple. Para calcular la ocupación se establecieron los siguientes porcentajes de 15%, 20% y 25% para los meses con más ocupación, haciendo referencia a poca, media y completa ocupación respectivamente en los meses con más movimiento turístico en el sector.

En los servicios de alimentación los precios para los desayunos son de \$4 con una previsión de venta de 680 unidades, almuerzos \$5 se estiman 800 unidades y cenas \$5 con 560 unidades vendidas al mes. Los porcentajes para considerar fueron 60%, 80% y 100%, representando a poca, media y completa adquisición del servicio de comida en los meses con más afluencia de turistas. En las actividades recreativas; la cabalgata tendrá un costo de \$5, la pesca deportiva \$3, senderismo \$3, actividades culturales \$5 y actividades artesanales \$3. Se prevé que 400 personas realicen senderismo y 360 adquieran cada uno de los demás servicios.

En los egresos se tomaron en cuenta cada uno de los productos y los costos que pueden generar, es así como se consideraron los siguientes porcentajes; en las habitaciones el 30%, en la cabalgata, pesca deportiva, senderismo y actividades culturales el 20% cada una, y en las actividades artesanales el 30%. Los sueldos y salarios serán un total de \$ 3 150 al mes, el décimo con un valor de \$ 3 150 se plantea ofrecer en el octavo mes. Los pagos de IESS son \$ 351,23, los permisos que se necesitan para funcionamiento serán \$ 678 contemplados al primer mes. Los impuestos empezarán con un valor de

\$843,34 los cuales irán de forma ascendente desde el tercer mes. La publicidad tendrá un valor de \$1 032, 64 el primer mes y el sexto y doceavo mes de \$158,25, pero en los demás meses su valor desciende a \$8,25 siendo este el costo de la suscripción a las plataformas. Por los servicios básicos cada mes se pagará \$425,60. Considerando los empleados ocasionales se añaden los servicios prestados con valor de \$824 al mes; y por último el pago del préstamo de \$1.890,07 cada mes, anualmente se obtiene un ingreso que asciende a \$223.176 por todos los productos vendidos, y un egreso de \$189.123,33; dando como resultado un flujo de caja de \$34.052,67 en el primer año activo de “Chabanbi Lodge”.

#### 7.2.5 Flujo proyectado

El flujo proyectado del emprendimiento hace referencia a los ingresos y egresos que se estiman obtener en los próximos 5 años.

**Tabla 57**

#### *Flujo proyectado*

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ingresos	\$ 223.176,00	\$ 231.232,65	\$ 239.580,15	\$ 248.229,00	\$ 257.190,06
Egresos	\$ 189.123,33	\$ 195.950,68	\$ 203.024,50	\$ 210.353,68	\$ 217.947,45
Flujo de caja	\$ 34.052,67	\$ 35.281,97	\$ 36.555,65	\$ 37.875,31	\$ 39.242,61

DATOS PARA LA TIR	-\$ 126.019,71	\$ 34.052,67	\$ 35.281,97	\$ 36.555,65	\$ 37.875,31	\$ 39.242,61
		\$ 34.052,67	\$ 69.334,65	\$ 105.890,30	\$ 143.765,61	\$ 183.008,22

Al tomar en cuenta los datos del flujo de efectivo del año uno, se estima un crecimiento anual del 3,61%. Con esta proyección se obtiene para el quinto año un ingreso de \$257.190,06, un egreso de 217.947,45 y un flujo de efectivo de \$39.242,61; es así como se genera una acumulación de flujo por \$

183.008,22. Es relevante tener en consideración que en el año 4 con un flujo acumulado de \$143.765,61 se recupera la inversión realizada para la construcción y adecuación de “Chabanbi Lodge”.

#### 7.2.6 Análisis y Evaluación Financiera (VAN y TIR)

**Tabla 58**

*VAN y TIR*

<b>Incremento anual</b>	<b>5,6%</b>
<b>Costo de capital</b>	9,56%
<b>Inversión</b>	126.019,71
VAN	118.833,63
TIR	27,14%

A continuación, se presenta el monto de inversión que corresponde a \$ 126.019,71 con un costo de capital del 9,56%, superando el flujo de efectivo al cuarto año con un monto de \$ 143.765,61. Al aplicar el cálculo de la fórmula para la tasa Interna de Retorno se obtiene un valor positivo del 27,14% mismo que determina la rentabilidad del proyecto en un ejercicio de cuatro años.

Por otro lado, con los mismos valores de proyección y flujo de efectivo se aplica el cálculo con la formula del valor actual neto, obteniendo como resultado un valor positivo del \$ 118.833,64 mismo que reafirma la rentabilidad del proyecto.



## 7.2.7 Punto de equilibrio

**Tabla 59**

### *Punto de equilibrio*

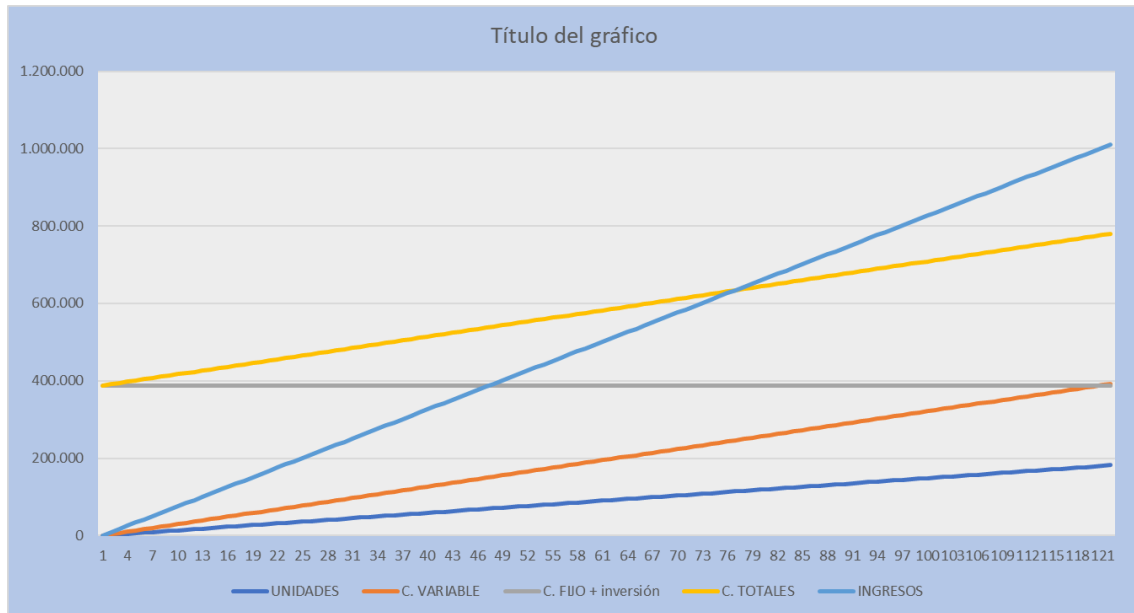
AÑO ESTIMADO PUNTO EQUILIBRIO	4									
	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6	Producto 7	Producto 8	Producto 9	Producto 10
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	408	1.632	27.744	32.640	22.848	14.688	14.688	16.320	14.688	14.688
TOTAL UNIDADES		<b>160.344</b>								
% PARTICIPACIÓN/PRODUCTO VENDIDO	0,25%	1,02%	17,30%	20,36%	14,25%	9,16%	9,16%	10,18%	9,16%	9,16%
PRECIO VENTA UNITARIO	\$60	\$120	\$4	\$5	\$5	\$5	\$3	\$3	\$5	\$3
COSTO VENTA UNITARIO	\$18,00	\$36,00	\$1,32	\$3,22	\$3,22	\$1,00	\$0,60	\$0,60	\$1,00	\$1,18
PRECIO PROMEDIO PONDERADO		<b>\$5,57</b>								
COSTO PROMEDIO PONDERADO		<b>\$2,16</b>								
COSTO FIJO DEL PERÍODO		<b>\$261.645</b>								
INVERSIÓN		<b>\$126.020</b>								
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$42,00	\$84,00	\$2,68	\$1,78	\$1,78	\$4,00	\$2,40	\$2,40	\$4,00	\$1,82
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO		<b>\$3,40</b>								
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		<b>113.852</b>								
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS		<b>\$633.866</b>								
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / UNIDADES	<b>290</b>	<b>1.159</b>	<b>19.700</b>	<b>23.176</b>	<b>16.223</b>	<b>10.429</b>	<b>10.429</b>	<b>11.588</b>	<b>10.429</b>	<b>10.429</b>
PUNTO EQUILIB PRODUCTO / DOLARES	\$17.382	\$139.056	\$78.799	\$115.880	\$81.116	\$52.146	\$31.288	\$34.764	\$52.146	\$31.288

De acuerdo con la proyección del punto de equilibrio para cuatro años se alcanza con la venta de 113.852 unidades, en dólares se reflejaría un total de \$633.866. En el ejercicio se consideró la siguiente participación de los productos; el producto uno con el 0,25%, el producto dos con el 1,02%, el producto tres con el 17,30%, el producto cuatro con el 20,36%, el producto cinco con el 14,25%, los productos seis y siete con 9,16% cada uno, el producto ocho con 10,18% y los productos nueve y diez con 9,16% cada uno.

El precio promedio ponderado es de \$5,57, el costo promedio ponderado es de \$2,16 y el margen de contribución ponderado es de \$3,40. El ejercicio realizado permite entender que el punto de equilibrio en el negocio será en el cuarto año y se obtendrá una rentabilidad en los diez años.

**Figura 34**

*Punto de equilibrio*



En la gráfica se puede observar el incremento de las unidades en el punto 122. Además, presenta el cruce de los ingresos y costos en donde se observa que el punto de equilibrio es alcanzado cuando se supera las ventas por un valor de \$ 634.687,02 expresado en el punto 77 al vender aproximadamente 181.500 unidades. En cuanto a los costos totales se tiene un valor de \$780.150,40, en costos variables \$ 245.519,84 y un costo fijo de \$ 387.664,87.

## Conclusiones

En este trabajo de emprendimiento se determinó, a través de diferentes estudios, la factibilidad de la implementación de un Lodge basado en la nacionalidad Chachi, en el recinto la Nueva Esperanza, ubicado en Puerto Quito de la provincia de Pichincha.

En primer lugar, se estableció la situación actual, con lo que se identificó que el cantón Puerto Quito cuenta con una exuberante riqueza natural que favorece la instalación de espacios de distracción para turistas. Se puede mencionar que en el recinto La Nueva Esperanza existe la disponibilidad de quince hectáreas para la implementación del proyecto. Sin embargo, las condiciones viales son un limitante debido al estado inadecuado en el que se encuentra; tiene limitaciones en la disponibilidad de servicios públicos y actualmente existe poca infraestructura turística; no obstante, ese factor se convierte en oportunidad para iniciar un emprendimiento pionero que acoja turistas especialmente de la ciudad de Quito que se encuentra a una distancia de 160 kilómetros.

El segmento de mercado consumidor determinado son los turistas nacionales pertenecientes a las provincias de Pichincha e Imbabura, mismos que gustan viajar acompañados de familia, parejas y amigos; su edad radica entre los 26 hasta los 50 años y son turistas que tienen ingresos superiores a los \$425. Así mismo en consecuencia al estudio de mercado se identificó que la población está de acuerdo con la creación de un Lodge basado en la nacionalidad Chachi que busque enfocarse en revalorizar el patrimonio natural y cultural del cantón Puerto Quito. Por otra parte, en cuanto al comportamiento del consumidor se encuentran características como: prefieren hospedarse en hosterías, Lodge y haciendas turísticas; el uso de un alojamiento dura de entre dos a cuatro noches durante sus viajes; están dispuestos a pagar de entre \$51 a \$80 y de 81 a \$100;

entre sus formas de pago prefieren en efectivo y transferencia electrónicas; también gustan de actividades recreativas basadas en aventura, gustan de pesca deportiva, cabalgata y de la gastronomía.

“Chabanbi Lodge” será un establecimiento de alojamiento ubicado en el recinto La Nueva Esperanza, cuya temática principal será basada en la nacionalidad Chachi; abarcando sus costumbres, tradiciones, legua y gastronomía. En un área de cinco hectáreas, su estructura estará conformada por cinco cabañas, de las cuales tres serán familiares y dos de pareja, sumando una capacidad máxima de 36 personas. Además, entre su infraestructura se contempla la construcción de un restaurante con aforo máximo de 46 personas. Por otra parte, en cuanto a la administración del Lodge se necesitará personal capacitado y hospitalario, en este proceso se consideró siete trabajadores de plata que son: un gerente administrativo, recepcionista, personas de limpieza, Chef, ayudante de cocina, cajero y un conserje que ayudaran a brindar un servicio ameno.

Se establecieron estrategias de comercialización y marketing para el emprendimiento. Primero se cotizó la creación de la imagen empresarial y el diseño de varias páginas en redes sociales como Facebook e Instagram. Además, se prevé realizar una suscripción a los motores de búsqueda como son Booking y Tripadvisor. Se pretende en cada uno dar a conocer los servicios, precios y paquetes que ofertará el *Lodge* y que cada página este enlazada para que las personas interesadas puedan adquirir la información suficiente antes de reservar. Para las estrategias se pensó en gratuidades para grupos más grandes de diez personas, promociones para reservas con antelación y clientes frecuentes. Además, estrategias enfocadas a la capacitación de empleados y servicios complementarios del establecimiento.

Para Chabanbi Lodge se necesitará un total de activos de \$126.020 de los cuales \$ 20.000 perteneciente al terreno donde estará ubicado “Chabanbi Lodge” y equivale el 31,74% del total de la inversión, por lo cual se presenta que el financiamiento será del 68,26% correspondiente a \$ 86.020 que se pretende obtener con un crédito bancario en Produbanco. Se toma en cuenta el programa de crédito hipotecario que se destina para viviendas en el caso del emprendimiento se considera aprovechar la finca teniendo en cuenta las construcciones de la casa principal, el restaurante y cabañas que se van a implementar. Posteriormente se identificó mediante el estudio económico y financiero que el punto de equilibrio se alcanza al cuarto año de funcionamiento con la venta de 113.852 unidades, reflejados en un total de \$633.866; una tasa interna de retorno de 27,14 % y una recuperación de la inversión en cuatro años, generando rentabilidad a partir del quinto año. En consecuencia, se justifica por medio de este estudio que el proyecto es rentable debido a que generará utilidades a lo largo de su vida útil.

Por medio de la implementación de una evaluación de impacto ambiental al emprendimiento mediante el uso del método CRI, se determinó en el componente físico donde se reflejan el agua, suelo, aire y procesos, los impactos negativos y positivos varían entre un rango muy bajo, bajo y medio, esto da como resultado que las acciones del emprendimiento pueden causar bajos impactos en el medio físico. En el componente biótico los impactos predominantes son los negativos, pero su rango es bajo. Las acciones en este medio tendrán bajo impacto negativo, esto puede ser evitado buscando alternativas de acción. En el componente socio económico y cultural la variable que predomina son los impactos positivos en un bajo rango, las actividades del *Lodge* afectarán de manera positiva. Para finalizar, redactando un plan de manejo de acuerdo con los impactos analizados se establecen actividades de mitigación que ayudarán al desarrollo del emprendimiento con un enfoque en el ambiente, la sociedad y la cultura del entorno.

## Recomendaciones

Asegurarse que la información obtenida para el proyecto sea de fuentes abaladas y reales, con la finalidad de obtener datos verdaderos que aseguren la calidad de la información presente en el trabajo.

Se debe considerar de acuerdo con el estudio de mercado la importancia de enfocarse en los diferentes nichos, tomando en cuenta el grupo familiar, parejas y amigos. El comportamiento del consumidor representa también un punto importante al establecer servicios complementarios, por ello es relevante saber que actividades ofrecer a dicho segmento de mercado. Finalmente es recomendable establecer paquetes con valores accesibles para obtener una diferenciación de precios con respecto a la competencia para así atraer a más clientes.

Es admisible realizar capacitaciones al personal de recursos humanos, con la finalidad de que logren trabajar en equipo y así crear una buena cultura organizacional. Por otra parte, se debe establecer parámetros para la contratación del personal, medidas tomadas con el fin de tener personal instruido para cada cargo y así asegurar la calidad de los servicios.

Es necesario un constante cambio en las estrategias de comercialización, se debe tomar en cuenta la creatividad e innovación en cada proceso con la finalidad de mejorar la relación con los clientes y fidelizar a los mismo. Se recomienda incrementar los canales de distribución y actualizar los medios publicitarios con paquetes innovadores en cada época del año para así llegar al mercado consumidor.

Es importante poner en práctica todas las medidas de mitigación propuestas en el manual para “Chabanbi Lodge”, sin embargo, siempre se debe tener en cuenta emplear nuevas medidas que ayuden a las anteriores en el proceso de mitigación de impactos ambientales; para ellos se deben renovar medidas cada año con la finalidad de lograr la corrección y compensación de los posibles impactos al medio ambiente, este proceso se lo debe realizar tomando en cuenta la seguridad del establecimiento, de los cliente y trabajadores.

En cuanto al capital financiado es recomendable que se informen en varias entidades bancarias, este proceso tomando en cuenta su tasa de interés anual para ello el interés no debe superar el 16% anual, puesto que pondría en riesgo la viabilidad del emprendimiento; por otra parte, el programa de créditos también puede cambiar de acuerdo con la conveniencia en la puesta en marcha del emprendimiento.

## Referencias

- Acosta, A. (Eds.). (2017). *Canales de distribución*. Areandino  
[https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1270/  
Canales%20de%20Distribuci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1270/Canales%20de%20Distribuci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Añapa de la Cruz, J y Estupiñan, L. (2013). "*Miruku Chachi. El hombre sabio de la nacionalidad Chachi*". [Trabajo de grado, Universidad de Cuenca].  
[https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/20157/1/Miruku%20  
Chachi.%20El%20Hombre%20Sabio%20de%20la%20Nacionalidad%20  
Chachi.pdf](https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/20157/1/Miruku%20Chachi.%20El%20Hombre%20Sabio%20de%20la%20Nacionalidad%20Chachi.pdf)
- Arias, E. (2020, 12 de octubre). *Investigación mixta*. Economipedia.  
<https://economipedia.com/definiciones/investigacion-mixta.html>
- Baez, O. (2019). La biodiversidad: clave del desarrollo sustentable del Ecuador.  
*Revista rupturas*, 7 (2). [https://revistarupturas.com/labiodiversidad-  
clave-del-desarrollo-sustentable-del-ecuador/](https://revistarupturas.com/labiodiversidad-clave-del-desarrollo-sustentable-del-ecuador/)
- Cadena, P., Rendón, R., Aguilar, J., Salinas, E., Morales, F., y Sangerman, D. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista mexicana de Ciencias Agrícolas*, 8 (7), 1603-1617.  
<https://www.redalyc.org/pdf/2631/263153520009.pdf>
- Calvopiña, L. (2015). *Diseño del equipamiento Agroturístico entre la ribera del río achiotillo "Ruta del cacao"- Puerto Quito*. [Trabajo de grado, Universidad Central del Ecuador]. Archivo digital.



<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/9974/1/T-UCE0001-0325.pdf>

Carcasés, M., Gola-Cahimba, J., y Bau-Satula, I. (2017). Evaluación ambiental del depósito de residuos sólidos de Kateguenha, Angola. *Revista Minería y Geología*, 33(3), 353-366.

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/2235/223551846008/html/index.html#:~:text=El%20m%C3%A9todo%20de%20CRI%20se,de%20la%20naturaleza%20del%0proyecto.>

Cárdenas, A., Mustelier, L., y López, E. (2019). El turismo rural y aportaciones al desarrollo de comunidades en territorios locales. *Revista Ciencia Digital*, 3(4), 6-28. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v3i4.912>

Carrillo, A. (2015). *Población y Muestra*. Universidad Autónoma del Estado de México. Escuela Preparatoria Texcoco. <http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>

Cevallos, R. (2019, agosto 5). Chachi, cultura y tradiciones de un pueblo nómada. *La Hora*. <https://lahora.com.ec/esmeraldas/noticia/1102263182/chachi-cultura-y-tradiciones-de-un-pueblo-nomada>

Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador. (2014). *Chachis*. <https://conae.org/2014/07/19/chachis/#:~:text=Según%20relatos%20históricos%20esta%20nacionalidad,como%20la%20provincia%20de%0Esmeraldas%20>

Corrillo, F. y Gutiérrez, M. (2016). Estudio De Localización De Un Proyecto.

*Revista Universitaria de Divulgación Científica*, 7(11), 1-6.

<http://dicyt.uajms.edu.bo/revistas/index.php/ventana-cientifica/article/view/217>

Duvergel, Y. y Argota, L. (2017). Estudio de factibilidad económica del producto

sistema automatizado cubano para el control de equipos médicos. *Revista 3C Tecnología: glosas de innovación aplicadas a la pyme*, 6(4), 46-63.

[https://www.3ciencias.com/articulos/articulo/estudio-](https://www.3ciencias.com/articulos/articulo/estudio-factibilidad-economica-del-producto-sistema-automatizado-cubano-control-equiposmedicos/)

[factibilidad-economica-del-producto-sistema-automatizado-cubano-control-equiposmedicos/](https://www.3ciencias.com/articulos/articulo/estudio-factibilidad-economica-del-producto-sistema-automatizado-cubano-control-equiposmedicos/)

Echeverría, O., Manosalvas, A., & Túquerres, E. (2016). *PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA OLMEDO-PESILLO (2016-2025)*.

[https://issuu.com/utnuniversity/docs/digital\\_plan\\_ag#:~:text=Este%20Plan%20de%20Desarrollo%20Tur%C3%ADstico%20PDTUR%20Olmedo%20%E2%80%93%20Pesillo%202025%20es,de%20la%20poblaci%C3%B3n%20en%20cada](https://issuu.com/utnuniversity/docs/digital_plan_ag#:~:text=Este%20Plan%20de%20Desarrollo%20Tur%C3%ADstico%20PDTUR%20Olmedo%20%E2%80%93%20Pesillo%202025%20es,de%20la%20poblaci%C3%B3n%20en%20cada)

Elías, J. (2016). *Análisis de Oferta y Demanda*. Economía de Negocios: Microeconomía.

<https://ucema.edu.ar/u/je49/microeconomia/ofertaydemanda.pdf>

Espinoza, S. (2016). *Contenido de los estudios de impacto ambiental*. Academia.

[http://www.academia.edu/16457067/CONTENIDO\\_DE\\_ESTUDIOS\\_DE\\_IMPACTO\\_AMBIENTAL?auto=download](http://www.academia.edu/16457067/CONTENIDO_DE_ESTUDIOS_DE_IMPACTO_AMBIENTAL?auto=download)

- Espinosa, R. (2012). *Cómo definir misión, visión y valores en la empresa Ejemplos*. Roberto Espinosa.  
<https://robertoepinosa.es/2012/10/14/como-definir-mision-vision-y-valores-en-la-empresa>
- Folgueiras, P. (2016). *Técnica de recogida de información: La entrevista*. [Archivo PDF].  
<http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pichincha. (2017). *Puerto Quito*. <https://www.pichincha.gob.ec/cantones/puerto-quito>
- González, R., Echeverría, O., & Ramirez, L. (2020). Modelo de Estrategias de Dogan Aplicado a los Prestadores de Servicios de Turismo con Base Comunitaria, en las Provincias de Imbabura y Pichincha (Ecuador). *Redalyc*, 12 (3), 555-577. DOI:  
<https://doi.org/10.18226/21789061.v12i3p555>
- Gurría, J.L., Benítez, N. M., & Hernández, A. M. (2021). Otherness, oppression and empowerment of the indigenous towns in the inter-Andean alley (Ecuador). *The International Journal of Human Rights*, 25 (2), 231-250. DOI: 10.1080/13642987.2020.1773438
- Hernández, S., y Ávila, D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín Científico de las Ciencias Económico-Administrativas del ICEA*, 9 (17), 51-53.  
<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/6019>

Hostelería Ecuador. (2020). *Primera particularidad del sector restaurantero*.  
<https://hosteleriaecuador.com/como-determinar-la-capacidad-del-restaurante/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Puerto Quito, Pichincha. Fichas generales. INEC- Censo de población y vivienda 2010*.  
[http://app.sni.gob.ec/sin/link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1709\\_PUERTO%20QUITO\\_PICHINCHA.pdf](http://app.sni.gob.ec/sin/link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1709_PUERTO%20QUITO_PICHINCHA.pdf)

Iglesias, D. (2014). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que brinde servicios de asesoramiento acústico y soluciones integrables en el distrito metropolitano de Quito*. [Trabajo de grado, Universidad Politécnica Salesiana sede Quito]. Archivo digital.  
<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/6239>

Ilbay, J. (2019). *Plan de comercialización para una empresa de ropa infantil*. [Trabajo de grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador].  
<https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2810/1/76975.pdf>

Jaramillo, I., Guerrero, J., y García, J. (Eds.). (2018). *Marketing aplicado en el sector empresarial*. Editorial UTMACH.  
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12510/1/MarketingAplificadoEnElSectorEmpresarial.pdf>

Ley de compañía. (2018, 23 de octubre). Constitución Política de la República. Registro oficial 312.  
[https://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley\\_Compañías.pdf](https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley_Compañías.pdf)

- Londoño, M. (Eds.). (2018). *Turismo Ecológico y Sostenible: perfiles y tendencias*. Editorial Ostelea.  
[http://www.aept.org/archivos/documentos/Informe\\_Turismo%20Ecologico.pdf](http://www.aept.org/archivos/documentos/Informe_Turismo%20Ecologico.pdf)
- López, C., Hernández, S., y Peniche, A. (2005). Desarrollo sustentable o sostenible: una definición conceptual. *Horizonte Sanitario*, 4(2), 1-7.  
<https://www.redalyc.org/pdf/4578/457845044002.pdf>
- López, P y Fachelli, S. (Eds.). (2016). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Creative Commons.  
[https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua\\_a2016\\_cap2-3.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf)
- Llamas, J. (2020, 26 de abril). *Balance inicial*. Economipedia.  
<https://economipedia.com/definiciones/balance-inicial.html>
- Martínez, J. (2020, 6 de octubre). *Estudio Económico- Financiero*. MADEMI.  
<https://www.mademi.com/estudio-economico-financiero.html>
- Mantilla, J. y Hernández, C. (2019). Tutsá: espacio, identidad y emociones en el origen de la nacionalidad Chachi, Ecuador. *Revista Scielo*, 14 (27), 379-410.  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-81102019000200012&script=sci\\_abstract](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-81102019000200012&script=sci_abstract)
- Martínez, D. (2017). ¿Cuáles son los métodos preferidos para el modelado de preferencias? – Estudio de la comparación entre pares frente a la valoración directa. *Revista científica IJISEBC* 4(1), 7-20.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6040459.pdf>

- Mileman, M. y Sibanda, S. (Eds.). (2021). *Mejore su negocio*. IMESUN.  
[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---ifp\\_seed/documents/instructionalmaterial/wcms\\_553921.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553921.pdf)
- Ministerio de Turismo. (2012). *PLANDETUR 2020, Plan estratégico de desarrollo del turismo Sostenible de Ecuador*.  
<https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/plandetur.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2016). *Reglamento de alojamiento turístico*.  
<https://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/2016/06/R-EGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2017). *Puerto Quito un destino para disfrutar de la naturaleza y la gastronomía*. <https://www.turismo.gob.ec/puerto-quito-un-destino-para-disfrutar-de-la-naturaleza-y-la-gastronomia/>
- Ministerio de Turismo. (2020). *Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador*.  
[jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/plandetur.pdf](https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/plandetur.pdf)
- Montalván, H. (2004). *Estudio económico-financiero y evaluación económico-financiera para la creación de una empresa de comercialización y venta de activos extraordinarios*. [Trabajo de grado, Universidad Rafael Landívar]. Archivo digital. [biblio3.url.edu.gt/Tesis/lote01/Montalvan-Hector.pdf](http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/lote01/Montalvan-Hector.pdf)
- Narváez, E. (2014). El Turismo Alternativo: una opción para el desarrollo local. *Revista IISE. San Juan*, 6(6), 9-18.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5537859.pdf>

- Neill, D., y Cortez, L. (Eds.). (2017). *Procesos y fundamentos de la investigación científica*. Editorial UTMACH.  
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12498/1/Procesos-y-FundamentosDeLainvestiagcionCientifica.pdf>
- Núñez, E. (Eds.). (2017). *Guía para la preparación de proyectos de servicios públicos municipales*. Editorial UNAM.  
<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/3/1430/8.pdf>
- Organización Mundial de Turismo [OMT]. (2017, 16 de enero). *Patrimonio. Sostenibilidad del Patrimonio*.  
<https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital/library/cdis/Patrimonio.pdf>
- Ortolá, A (2000). *Estudio de factibilidad de mercado, técnica y económico financiera para la instalación de una planta arenera en el Municipio Caucagua, Distrito Acevedo, Estado Miranda para el segundo semestre del año 2000*. [Trabajo de grado, Universidad Metropolitana]. Archivo digital. [repositorios.unimet.edu.ve/docs/42/HF5500R4907.pdf](https://repositorios.unimet.edu.ve/docs/42/HF5500R4907.pdf)
- Otzen, S., y Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población de estudio. *Revista Scielo*, 35(1), 227- 232.  
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Pedrosa, S. (2015, 4 de enero). *Promoción de ventas*. Economipedia.  
<https://economipedia.com/definiciones/promocion-de-ventas.html>
- Pérez, M., Ocampo, F., y Sánchez, K. (2015). Aplicación de la metodología de la investigación para identificar las emociones. *RIDE Revista*

*Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 6(11), 1  
27. <https://www.redalyc.org/pdf/4981/498150319048.pdf>

Pons, M. (2016). Del Turismo Ecológico al Ecoturismo: análisis de las unidades léxicas de un turismo emergente. *Revista Círculo*, 67(10), 110-135. <https://revistas.ucm.es/index.php/CLAC/article/view/53480>

Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2021). *Inscripción del Registro Único de Contribuyente (RUC) para persona natural (artesanos)*. <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-artesanos>

Quiroa, M. (2020, 3 de marzo). *Estudio de factibilidad*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>

Raffino, M. (2020, 5 de abril). *Estructura Organizacional*. Concepto. <https://concepto.de/estructura-organizacional/>

Reyes, K. (2020, 17 de julio). *Turismo comunitario vs. Turismo rural: lo parecido y lo diferente*. Co'ox Mayab. <https://cooxmayab.com/turismo-comunitario-vs-turismo-rural/>

Rodríguez, M. (2017, 17 de marzo). *Las encuestas - Qué son, Características, Cómo hacerlas*. Tu gimnasia cerebral. <https://tugimnasiacerebral.com/herramientas-de-estudio/que-es-una-encuesta-caracteristicas-y-como-hacerlas>



- Sanchez, M. (2012, 29 de febrero). *Constitución legal de las empresas*. Slideshare. [https://es.slideshare.net/Mari\\_jo/constitucin-legal-de-las-empresas](https://es.slideshare.net/Mari_jo/constitucin-legal-de-las-empresas)
- Sancho, A. (2018, 3 de junio). *Introducción al Turismo*. Entorno Turístico. <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/02/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-la-OMT.pdf>
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (2017). *La institución*. <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/institucion/>
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (2021). *Registro de Marcas de Productos y Servicios único para personas naturales y jurídicas sean nacionales o extranjeras*. <https://www.gob.ec/senadi/tramites/registro-marcas-productos-servicios-unico-personas-naturales-juridicas-sean-nacionales-extranjeras>
- Tuca, A. (2018, 8 de enero). *Estrategia de fijación de precios*. Blog de Marketing. <https://blogs.imf-formacion.com/blog/marketing/estrategias-fijacion-de-precios/>
- Vázquez, A. (2018, 30 de enero). *¿Qué son las políticas de una empresa?* Emprende Pyme. <https://www.emprendepyme.net/que-son-las-politicas-de-una-empresa.html>
- Vázquez, R. (2016, 15 de marzo). *Análisis coste/beneficio*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/analisis-costebeneficio.html>

Vidal, L. (2015, 5 de octubre). *Qué es un baño seco y cómo funciona*. BioGuía.  
[https://www.bioguia.com/tecnologia/que-es-un-bano-seco-y-como-funciona\\_29276907.html](https://www.bioguia.com/tecnologia/que-es-un-bano-seco-y-como-funciona_29276907.html)

## Anexos

### Anexo 1 Reporte URKUND





#### Document Information

---

<b>Analyzed document</b>	TRAB GRADO GARZÓN - RODRÍGUEZ.pdf (D131054333)
<b>Submitted</b>	2022-03-21T17:51:00.0000000
<b>Submitted by</b>	ECHEVERRIA CACHIPUENDO GALO OSWALDO
<b>Submitter email</b>	goecheverria@utn.edu.ec
<b>Similarity</b>	1%
<b>Analysis address</b>	goecheverria.utn@analysis.orkund.com

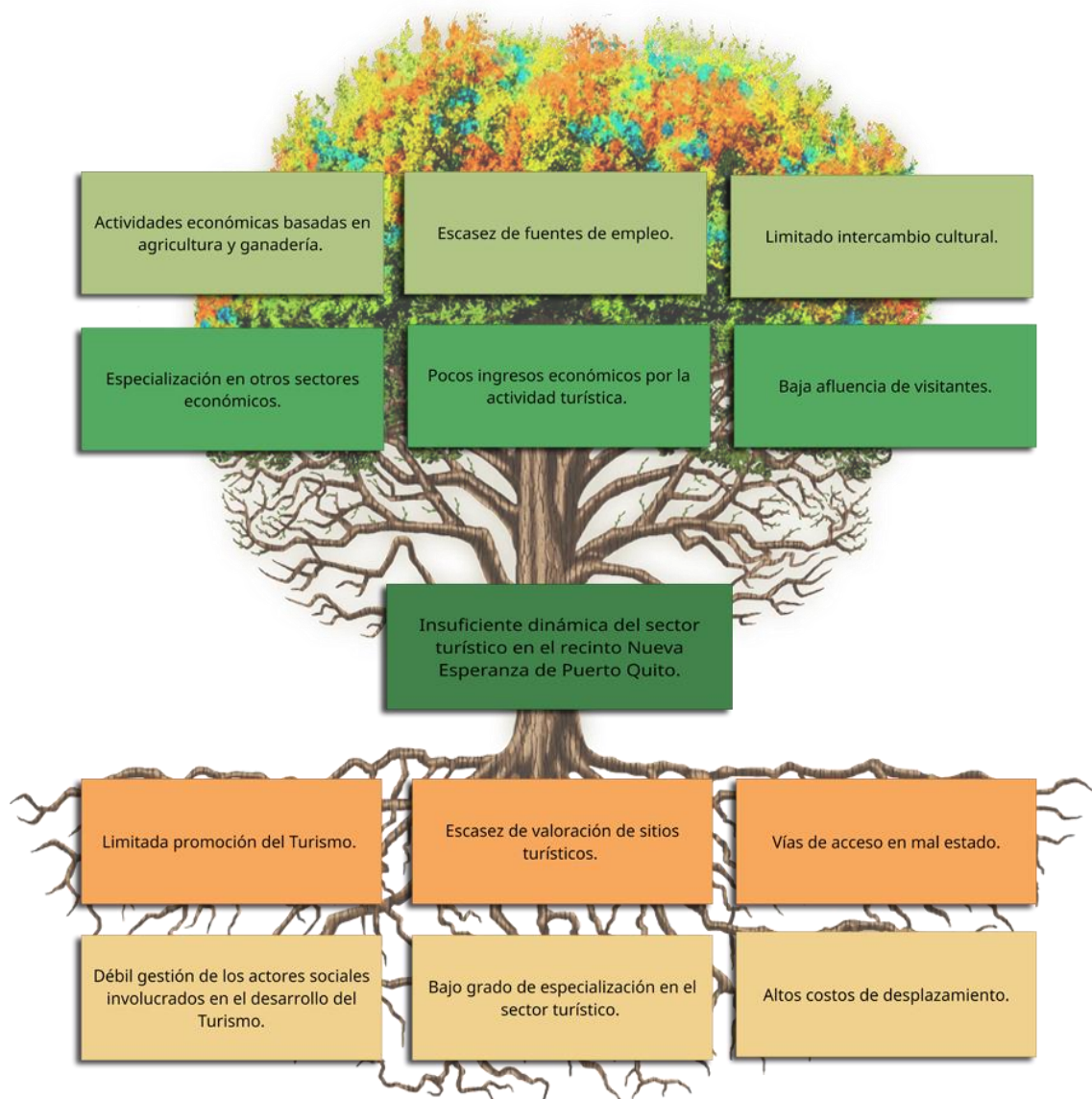
#### Sources included in the report

---


<b>W</b>	URL: <a href="https://www.slideshare.net/FranciscoRivas82/tema-iv-tnicas-cuantitativas-para-la-evaluacin-de-impacto-ambiental">https://www.slideshare.net/FranciscoRivas82/tema-iv-tnicas-cuantitativas-para-la-evaluacin-de-impacto-ambiental</a> Fetched: 2022-02-24T23:44:56.5900000	 2
<b>W</b>	URL: <a href="http://documents1.worldbank.org/curated/en/910071468743805095/text/E14080VOL-03.txt">http://documents1.worldbank.org/curated/en/910071468743805095/text/E14080VOL-03.txt</a> Fetched: 2021-06-27T04:53:01.6700000	 4

---

## Anexo 2 Árbol de problemas



## Anexo 3 Matriz diagnóstica

 <div style="text-align: center;"> <p><b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE</b>  <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS</b>  <b>CARRERA DE TURISMO</b></p> <p><b>FICHA DE DIAGNÓSTICO PARA EMPRENDIMIENTO</b></p> </div>										
BREVE DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO DONDE SE UBICARÁ EL EMPRENDIMIENTO										
<p>El Recinto la Nueva Esperanza se ubica en el cantón Puerto Quito perteneciente a la provincia de Pichincha, Ecuador. Guarda gran cantidad de biodiversidad en su entorno, el sector es caracterizado por sus refrescantes cascadas y ríos de aguas cristalinas, ambiente ideal para Ecoturismo.</p> <p>La Nueva Esperanza es un recinto dedicado a la agricultura, ganadería y turismo ecológico. Presenta gran potencial turístico gracias a sus riachuelos y aguas claras que lo convierte en un espacio atractivo para los visitantes.</p>										
DATOS RELEVANTES										
LUGAR DONDE SE INSTALARÁ EL NEGOCIO	POBLACIÓN (2010)	MUJERES	%	HOMBRES	%	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA)	NIVEL DE EDUCACIÓN MAYORITARIO			
Recinto la Nueva Esperanza, Puerto Quito, Pichincha, Ecuador.	20 445	9 609	47%	10 836	53%	49,3%	6.91%			
COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS (%)										
ENERGÍA ELÉCTRICA	AGUA POTABLE	RED DE ALCANTARILLADO	RECOLECCIÓN DE DESECHOS		TELEFONÍA FIJA		TELEFONÍA PÚBLICA	TELEFONÍA MÓVIL	CONEXIÓN A INTERNET	OBSERVACIONES
62,5%	10,60%	14,73%	38,57%		7%				12,9%	En el sector rural los servicios de internet y telefonía fija son bajos.
INFRAESTRUCTURA, EQUIPAMIENTOS GENERALES Y SEGURIDAD (#)										

TRANSPORTE PÚBLICO	OFICINAS BANCARIAS	HOSPITALES/CENTROS DE SALUD	OFICINAS PÚBLICAS DE APOYO EMPRESARIAL	POLICÍA
Puerto Quiteñas	Cooperativa San Miguel de los Bancos.	Centro de Salud tipo C- Puerto Quito.	<b>GAD</b>	UPC- Puerto Quito.
COOPERATIVAS DE TAXIS		PARQUEADEROS	MERCADOS Y/O TIENDAS	
Compañía de taxis Puerto Quito Ptoquito S.A.			Felix Zambrano centro comercial. Leslie Sport. Tienda de deportes.	
PROXIMIDAD A OTROS CENTROS URBANOS				
LOCALIDAD	DISTANCIA	TIEMPO	MEDIOS DE TRANSPORTE	TIPO DE VÍA
Golondrinas	10km	20min	Motos, taxi moto, vehículos privados.	Parte de la vía es pavimentada, y otra parte es de tierra.
Puerto Quito	40 km	1h y 30 min	Motos, taxi moto, vehículos privados.	Parte de la vía es pavimentada, y otra parte es de tierra.
POTENCIALIDADES TURÍSTICAS CERCANAS QUE FAVORECEN AL EMPRENDIMIENTO				
NATURALES		CULTURALES		
NOMBRE DEL SITIO	CARACTERÍSTICAS FAVORABLES	NOMBRE DEL SITIO	CARACTERÍSTICAS FAVORABLES	
<b>Río Guayabamba</b>	Tiene una confluencia con el río Pitzará y limita con las provincias de Esmeraldas e Imbabura.			
<b>Cascada Azul</b>	Tiene 15 metros de altura y está formada por el Río Culebra.			
<b>Cascada Macallares</b>	Tiene 4 metros de ancho.			
<b>Cascada del Silencio</b>	Se usa para realizar hidroterapia.			

COMPETENCIA				
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CARACTERÍSTICAS			OBSERVACIONES
	UBICACIÓN	SERVICIO/PRODUCTO QUE BRINDA	POSIBLE SEGMENTO DE MERCADO QUE CUBRE	CAPACIDAD DE SERVICIO
Balneario Nueva Esperanza del Norte	Recinto Nueva Esperanza	Recreación/ alimentación/ ocio/ balneario	Familias	70%
Humedal Nueva Esperanza	Recinto Nueva Esperanza	Recreación/ alimentación/ ocio/ balneario	Familias	70%
Balneario Abdón Calderón	Cooperativa Occidental	Recreación/ alimentación/ ocio/ balneario	Familias	70%
Balneario Nuevo Ecuador	Recinto el Sábalo	Recreación/ alimentación/ ocio/ balneario	Familias	70%
Balneario la Isla	Recinto el Tesoro	Recreación/ alimentación/ ocio/ balneario	Familias	70%
<b>FACILIDADES TURÍSTICAS DE ACCESO AL EMPRENDIMIENTO</b>				
19.1 TIPO	SI/NO	DETALLE DE LA INFORMACIÓN	ESTADO	OBSERVACIONES
SEÑALIZACIÓN	NO			No existe registro de la actual finca por ende no tiene señalización que facilite su localización.
SEÑALÉTICA	NO			
UBICACIÓN EN MAPAS DIGITALES	NO			
<b>MODALIDADES DE TURISMO QUE SE PRACTICAN</b>				
TIPO	SI/NO	TEMPORALIDAD	LUGAR (ES) DONDE SE EJECUTA LA ACTIVIDAD	MODALIDAD A LA QUE CONTRIBUYE EL EMPRENDIMIENTO
ECOTURISMO	Si	Todo el año.	Humedal Nueva Esperanza.	El actual emprendimiento se basa en algunas modalidades de Turismo como el Ecoturismo, Turismo Cultural, de Aventura y de Salud.
TUR. DE NATURALEZA				
TURISMO COMUNITARIO				
TURISMO CULTURAL	Si	Todo el año.	Ruta de los Quitú-Caras	
TURISMO RELIGIOSO				
TURISMO DE SALUD	Si	Todo el año.	Cascada del Silencio.	

TURISMO DE DEPORTES			
TURISMO DE AVENTURA	Si	Enero a mayo.	Piedra de vapor
CONVENCIONES			
OTROS			

POBLACIONES BENEFICIADAS POR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA		DECLARATORIAS EN EL DESTINO			ASPECTOS QUE FAVORECEN AL NEGOCIO
COMUNIDADES	LOCALIDADES	ENTIDAD	DETALLE	ESTADO	
Recinto Nueva Esperanza		MINISTERIO DEL AMBIENTE			
Recinto el Tesoro		MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO			
		MINISTERIO DE TURISMO			

**PRINCIPALES PROBLEMAS IDENTIFICADOS QUE LIMITEN LA IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO**

DETALLE	MARCAR	ESPECIFICACIONES
SEGURIDAD CIUDADANA		
ACCESIBILIDAD	<b>X</b>	Vía principal para llegar a la actual finca no es pavimentada.
ACCESO A SERVICIOS BÁSICOS	<b>X</b>	La Finca no cuenta con acceso a la luz eléctrica, tampoco con alcantarillado.
CIRCULACIÓN VEHICULAR		
AUSENCIA DE FACILIDADES TURÍSTICAS		
SEÑALIZACIÓN	<b>X</b>	No existe señalización vial en el lugar.
SEÑALÉTICA EN ATRACTIVOS		
LIMITADO TALENTO HUMANO CAPACITADO	<b>X</b>	Falta de personal capacitado en Turismo.
OTROS		

OBSERVACIONES	La finca al ser un área destinada para el cultivo de palma africana y cacao carece de árboles nativos del lugar, por lo tanto, se plantea la reforestación de la finca.
---------------	---

MAPA





#### Anexo 4 Imagen del terreno



Nota. Terreno para el Chabanbi Lodge

#### Anexo 5 Imagen de la comunidad Naranjal de los Chachis



Nota. Es una representación de boda de la nacionalidad de los Chachis

## **Anexo 6 Estructura de encuesta**

**Universidad Técnica del Norte**

**Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas**

**Licenciatura en Turismo**

### **Encuesta dirigida a turistas nacionales**

#### **Objetivo**

Recolectar información relevante de turistas que se interesen por la naturaleza y cultura del cantón Puerto Quito con la finalidad de ver la factibilidad del diseño de un Lodge basado en la nacionalidad Chachi en el recinto Nueva Esperanza, Puerto Quito, Pichincha, Ecuador.

#### **Instrucciones**

Lea atentamente cada pregunta, tiempo estimado de la encuesta es de 5 minutos.

Responda según su criterio.

De antemano agradecemos el tiempo que le dedique a la presente encuesta

### **1. Variables socio- demográficas**

#### **1.1 Genero**

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

#### **1.2 Edad**

- a) Menos de 18 años
- b) 18-25 años
- c) 26-35 años
- d) 36- 50 años
- e) 51- 65 años
- f) Más de 65 años

#### **1.3 Ciudad de procedencia**

1. Ambato
2. Ibarra
3. Quinindé
4. Quito
5. Santo Domingo

#### **1.4 Nivel de instrucción**

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

#### **1.5 Estado Civil**

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

#### **1.6 Ocupación**

- a) Empleado público
- b) Empleado privado
- c) Emprendedor/ Independiente
- d) Empresario
- e) Artesano
- f) Estudiante
- g) Que hacedes del hogar
- h) Comerciante
- i) Otro

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

- a) Menos de 200 USD
- b) 201-400 USD
- c) 401-800 USD
- d) 801-1400 USD

- e) 1401-2000 USD
- f) Más de 2000 USD

## **2. Variables perfil del consumidor**

### **2.1 ¿Con quién prefiere viajar?**

- a) Solo
- b) Con amigos
- c) Con familia
- d) Pareja

### **2.2 ¿Con cuántos miembros de su familia acostumbra a viajar?**

- a) 1 a 2
- b) 2 a 4
- c) 4 a 6
- d) 6 a 8

### **2.3 Teniendo en consideración que el LODGE brinda como paquete de hospedaje, alimentación y actividades recreativas (culturales y naturales), ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?**

- a) \$30-50
- b) \$50-80
- c) \$80-100
- d) Más de \$100

### **2.4 ¿Cuántos días en promedio suele hacer uso de alojamiento en sus desplazamientos?**

- a) Una noche
- b) Dos noches
- c) Cuatro noches
- d) Más de cinco noches

### **2.5 ¿En cuáles de las siguientes aplicaciones prefiere buscar servicios de alojamiento?**

- a) Facebook
- b) Instagram
- c) Tripadvisor
- d) Booking

**2.6 Usualmente, ¿Cómo realiza sus pagos por servicios turísticos?**

- a) Efectivo (incluyendo tarjeta de débito)
- b) Tarjeta de crédito
- c) Transferencia electrónica
- d) Cheque

**2.7 ¿En cuál de los siguientes establecimientos acostumbra a hospedarse?**

- a) Hostería
- b) Lodge
- c) Hacienda turística
- d) Campamento turístico
- e) Casa de huéspedes

**2.8 ¿Qué modalidades de turismo prefiere realizar?**

- a) Turismo de Aventura
- b) Ecoturismo
- c) Turismo Rural
- d) Turismo Cultural
- e) Turismo gastronómico
- f) Agroturismo

**2.9 ¿Qué tipo de actividades recreativas suele realizar en sus desplazamientos?**

- a) Cabalgata
- b) Pesca deportiva
- c) Senderismo
- d) Avistamiento de aves
- e) Elaboración de chocolate artesanal
- f) Elaboración de artesanías

**2.10 ¿Considera usted que es importante realizar turismo de manera sostenible?**

- a) Si, porque ayuda a conservar la naturaleza
- b) No me parece importante
- c) Tal vez si conociera más sobre alternativas sostenibles

**2.11 ¿Qué alternativas ecológicas le gustaría aprender mientras se hospeda en el Lodge?**

- a) Observación de fauna y flora
- b) Observación de Ecosistemas
- c) Plantar un huerto
- d) Hacer compostaje

**2.12 ¿Disfruta alojándose en un entorno natural?**

- a) Si, me gusta el entorno natural.
- b) No me gusta alojarme en un entorno natural.

**2.13 ¿Le gustaría alojarse en un establecimiento denominado LODGE que ofrece: hospedaje, alimentación, entretenimiento, aventura y cultura?**

- a) si, me gustaría
- b) No, no me gustaría

**2.14 ¿Le interesa el diseño de un Lodge con temática basada en la nacionalidad Chachi del Ecuador?**

- a) Si, porque es importante salvaguardar la cultura
- b) No me parece importante

**¡Muchas gracias por su colaboración!**

## **Anexo 7 Estructura de la entrevista**

### **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

#### **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

#### **LICENCIATURA EN TURISMO**

##### **Preguntas para la entrevista**

##### **Objetivo de la entrevista**

Recolectar información sobre la nacionalidad Chachi con base en los testimonios de las personas de la comunidad "Naranjal de los Chachis".

##### **Instrucciones**

Por favor responda las siguientes preguntas según su criterio.

Se informa a los entrevistados que se procede a la grabación de sus voces para documentar la entrevista.

La entrevista tiene una duración aproximada de 20 min.

##### **1. Datos generales:**

**1.1 ¿Cuál es su nombre y edad?**

---

**1.2 ¿Cuántas personas conforman su comunidad?**

---

**1.3 ¿Cuánto tiempo llevan viviendo en ese lugar?**

---

##### **2. Patrimonio Cultural Material**

**2.1 ¿Existe algún documento, manuscrito o artefacto que sea representativo de la comunidad? (Por ejemplo; fotografías, obras de arte, artefactos históricos o grabaciones)**

---

**2.2 ¿De qué material está construidas su vivienda?**

---

**2.2.1 ¿La comunidad utiliza algún procedimiento para construir las viviendas?**

---

**2.2 ¿La comunidad tiene algún monumento o sitio histórico?**

---

### **3. Patrimonio Cultural Inmaterial**

**3.1 ¿Qué tipo de vestimenta utilizan en la comunidad?**

---

**3.2 ¿Existe algún tipo de shamán en su comunidad?**

---

**3.3 ¿Cuál es la costumbre más representativa de la comunidad?**

---

**3.3.1 ¿Existe alguna fiesta que celebra toda la comunidad?**

---

**3.4 ¿Usted habla el idioma Cha'palaa en la comunidad?**

---

**3.5 ¿Cuál es el plato típico que se realiza en la comunidad?**

---

**3.6 ¿Cuál es la bebida representativa en la comunidad?**

---

**3.7 ¿Existe alguna religión por la cual se guíen en la comunidad?**

---



**3.8 ¿Qué se hace en la bodas o uniones de parejas dentro de la comunidad? ¿Qué es lo más representativo?**

---

**3.9 ¿Realizan algún tipo de ceremonia al fallecer un miembro de la comunidad?**

---

**3.10 ¿Por qué considera que se pierde la cultura de la nacionalidad Chachi?**

---

**¡Muchas gracias por su colaboración!**