



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

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN *LODGE* QUE FOMENTE EL RESCATE DE LA IDENTIDAD KICHWA AMAZÓNICA EN LUMBAQUI, GONZALO PIZARRO, SUCUMBIOS, ECUADOR.

Plan de trabajo de grado previo a la obtención del título de
Ingeniera en Turismo

AUTORA: Tamara Jazmín Garcés Miranda

DIRECTORA: MSc. Victoria Geovanna Ruíz Erazo

Ibarra, 2020



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	210084279-4		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Garcés Miranda Tamara Jazmín		
DIRECCIÓN:	Ibarra – El Olivo		
EMAIL:	tjgarcesm@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0984330067

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Estudio de factibilidad para la implementación de un lodge que fomente el rescate de la identidad Kichwa Amazónica en Lumbaquí, Gonzalo Pizarro, Sucumbíos, Ecuador.
AUTOR (ES):	Garcés Miranda Tamara Jazmín
FECHA: DD/MM/AAAA	22 / 10 / 2020
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Victoria Ruíz

2. CONSTANCIAS

El autor manifiesta 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 el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 13 días del mes de abril de 2021

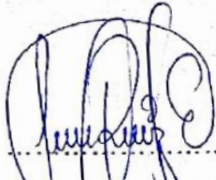
EL AUTOR:



.....
Garcés Miranda Tamara Jazmín

APROBACIÓN DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

Certifico que el Trabajo de Grado "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LODGE QUE FOMENTE EL RESCATE DE LA IDENTIDAD KICHWA AMAZÓNICA EN LUMBAQUI, GONZALO PIZARRO, SUCUMBIOS, ECUADOR", ha sido realizado en su totalidad por la señorita: **Garcés Miranda Tamara Jazmín**, con cédula de identidad número **210084279-4**.



MSc. Victoria Ruíz

C.I. 0401393855

DEDICATORIA

Dedico el trabajo realizado a todos los miembros del pueblo Kichwa Amazónico del cantón Gonzalo Pizarro, al gran esfuerzo que realizan día tras día para que la identidad de su pueblo sea reconocida y por atreverse a encontrar en el turismo una fuente para promover el desarrollo económico y social, pero sobre todo por mantener vivo su patrimonio cultural.

Tamara Garcés

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecer a Dios por darme la fuerza necesaria y mostrarme el camino correcto, por brindarme salud y bienestar.

A mi padre Emilio Garcés quién desde algún lugar del universo me motivo para cumplir mis sueños.

A mi madre Edith Miranda por todo el amor y la comprensión y sobre todo quien financió mis estudios, además de los consejos para no rendirme.

A mis tutores de tesis Msc. Victoria Ruíz, Msc. Yoarnelys Vasallo y Msc. Raúl Clemente Cevallos que supieron orientarme de la mejor manera y con la destreza que ellos disponen.

A Nicolás Romero y a su familia por brindarme apoyo económico, pero sobre todo sentimental en mi último año de carrera.

A la casona universitaria que me enseñó las herramientas necesarias para convertirme en una profesional de éxito.

Tamara Garcés

ÍNDICE

DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTO	II
RESUMEN EJECUTIVO	XI
INTRODUCCIÓN.....	XIII
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Antecedentes.....	1
1.2. Planteamiento del Problema	2
1.2.1. Formulación del problema.....	3
1.2.2. Objeto de estudio.....	3
1.3. Descripción del área de estudio.....	4
1.4. Justificación	5
1.5. Objetivos.....	6
1.5.1. Objetivo general.....	6
1.5.2. Objetivos específicos.....	6
CAPITULO II	7
2. MARCO TEÓRICO	7
2.1. Referencias de la investigación	7
2.2. Bases teóricas.....	8
Turismo.....	8
Planta turística.....	9
<i>Lodge</i>	9
Servicio de Alojamiento.	10
Servicio de alimentación.....	10
Servicio de guianza.	10
Atractivos turísticos.....	10
Atractivos culturales.....	11
Turismo cultural.....	11

Turismo sostenible	11
Turismo de naturaleza	11
Cultura	12
Identidad	12
Pueblos y nacionalidades	12
Patrimonio	13
Patrimonio cultural material	13
Patrimonio cultural inmaterial	13
2.3. Fundamentación legal	14
Constitución de la República del Ecuador	14
Plan de Tur Ecuador 2030	16
Objetivos Nacionales del Plan de Desarrollo toda una vida	17
Agenda 2030: Objetivos de Desarrollo Sostenible	18
Ley Orgánica de Cultura	18
CAPITULO III	21
3. METODOLOGÍA	21
3.1. Tipos de investigación	21
Investigación cualitativa.....	21
Investigación cuantitativa.....	21
Investigación bibliográfica.....	22
Investigación de campo.....	22
3.2. Métodos de investigación	23
Método Analítico – Sintético	23
3.3. Instrumentos de recolección	23
3.3.1. Diseño de la encuesta	23
3.3.2. Diseño de la entrevista	25
3.4. Tipo de muestreo y cálculo de la muestra	26
Plan de recolección.....	28
4. ESTUDIO DE MERCADO	29
4.1. Diagnostico	29
4.2. Segmentación de mercados	34
4.3. Diseño de la investigación de mercado	35

4.4.	Resultados y discusión	35
4.5.	Análisis de la oferta	40
4.5.1.	Proyección de la oferta	40
4.6.	Análisis de la demanda	42
4.6.1.	Proyección de la demanda.	42
4.6.2.	Demanda insatisfecha.	43
4.6.3.	Demanda objetivo.	44
5.	ESTUDIO TÉCNICO ADMINISTRATIVO	45
5.1.	Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto	45
5.1.1.	Macro localización.	45
5.1.2.	Micro localización.	46
5.2.	Identificación y descripción de los procesos	46
5.2.1.	Caracterización y diseño del servicio.	46
5.2.2.	Descripción de la prestación del servicio.	47
5.2.3.	Procedimiento técnico usado en el proyecto para obtener los bienes o servicios.	48
5.3.	Ingeniería del proyecto	49
5.3.1.	Distribución de la planta.	49
5.3.2.	Diseño planimétrico de la planta	50
5.3.3.	Requerimientos por áreas.	57
5.4.	Inversiones y capital de trabajo	61
5.4.1.	Obra civil necesaria.	61
5.4.2.	Maquinaria y equipos.	62
5.4.3.	Capital de trabajo.	62
5.4.4.	Total de inversión.	65
5.4.5.	Plan de financiación.	65
5.5.	Estructura organizativa y administrativa	66
5.5.1.	Misión.	66
5.5.2.	Visión.	66
5.5.3.	Políticas	66
5.5.4.	Valores.	68
5.5.5.	Imagen Corporativa	68

5.5.6.	Organigrama	68
5.5.7.	Manual de funciones	69
CAPITULO VI		89
6.	PLAN DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING.....	89
6.1.	Marca	89
6.1.1.	Señalética.....	90
6.1.2.	Letrero principal.	90
6.1.3.	Letrero de bienvenida.	90
6.1.4.	Nombres de las habitaciones.....	91
6.1.5.	Camisetas del personal.	91
6.1.6.	Toallas de las habitaciones.	92
6.1.7.	Albornoz.	92
6.1.8.	Cubrecamas y almohadas.....	93
6.1.9.	Hojas membretadas.....	93
6.1.10.	Menaje del restaurante.	94
6.1.11.	Señales de evacuación.....	95
6.1.12.	Señales de advertencia y prohibición.	95
6.1.13.	Señales de obligación.....	96
6.2.	Canales de distribución.....	96
6.3.	Publicidad.....	97
6.3.1.	Estrategias de mercado.....	98
7.	ESTUDIO AMBIENTAL	100
7.1.	Factores ambientales	100
7.2.	Identificar acciones y factores ambientales	101
7.3.	Descripción del método.....	102
7.4.	Escala de valoración	102
7.5.	Aplicación de escala de valores.....	103
7.6.	Determinación de severidad.....	104
7.7.	Interpretación de resultados	105
7.8.	Jerarquización.....	106
7.9.	Plan de manejo ambiental.....	110
CAPITULO VIII		114

8. ESTUDIO FINANCIERO	114
8.1. Balance de situación inicial.....	114
8.2. Plantilla flujo anual	115
8.3. Costo capital.....	117
8.4. Tabla de amortización.....	117
8.5. Flujo 5 años	118
8.6. Punto de equilibrio.....	118
CONCLUSIONES.....	120
RECOMENDACIONES	121
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	122
ANEXOS.....	126
Ficha de diagnóstico turístico del Ministerio de Turismo.....	126
Árbol de problemas	135

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Plan de obtención de datos	28
Tabla 2 Establecimientos competidores en el sector	40
Tabla 3 Proyección de la oferta.....	41
Tabla 4 Proyección de la oferta.....	41
Tabla 5 Demanda potencial.....	42
Tabla 6 Demanda insatisfecha	43
Tabla 7 Demanda objetivo.....	44
Tabla 8 Procedimiento técnico	48
Tabla 9 Requerimiento recepción.....	57
Tabla 10 Requerimientos restaurante y bar	57
Tabla 11 Requerimiento habitaciones	59
Tabla 12 Requerimiento spa y yoga	60
Tabla 13 Requerimiento tienda de artesanías.....	60
Tabla 14 Requerimiento bodega	60
Tabla 15 Personal requerido	63

Tabla 16	Materia prima requerida para el funcionamiento	63
Tabla 17	Factores ambientales	100
Tabla 18	Interpretación de los resultados en escala de colores.....	105
Tabla 19	Impactos positivos en la etapa de construcción	106
Tabla 20	Impactos negativos en la etapa de construcción	106
Tabla 21	Impactos positivos en la etapa de operación.....	108
Tabla 22	Impactos negativos en la etapa de operación	108
Tabla 23	Plan de manejo ambiental	110
Tabla 24	Presupuesto y actividades del PMA	112

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1	Segmentación de mercado	34
Ilustración 2	Perfil turístico: Compañía.....	35
Ilustración 3	Perfil turístico: Gasto.....	36
Ilustración 4	Perfil turístico: Tiempo	36
Ilustración 5	Perfil turístico: Sucumbíos	37
Ilustración 6	Perfil turístico: preferencia	37
Ilustración 7	Perfil turístico: preferencia	38
Ilustración 8	Perfil turístico: Pago	38
Ilustración 9	Perfil turístico: servicios	39
Ilustración 10	Perfil turístico: medio.....	39
Ilustración 11	Demanda potencial	43
Ilustración 12	Ubicación del lodge.....	46
Ilustración 13	Distribución de planta.....	50
Ilustración 14	Piscina y Área de restauración.....	51
Ilustración 15	Distribución de cabañas matrimoniales.....	52
Ilustración 16	Distribución de cabañas familiares.....	53
Ilustración 17	Distribución de habitaciones simples	54
Ilustración 18	Distribución habitaciones dobles.....	55

Ilustración 19 Vista aérea del lodge	56
Ilustración 20 Imagen Corporativa.....	68
Ilustración 21 Organigrama	68
Ilustración 22 Organigrama dirección del lodge	69
Ilustración 23 Organigrama Contabilidad y Finanzas	70
Ilustración 24 Organigrama Recepción	71
Ilustración 25 Organigrama Botones	72
Ilustración 26 Organigrama Ama de llaves.....	73
Ilustración 27 Organigrama mantenimiento.....	74
Ilustración 28 Organigrama Chef.....	75
Ilustración 29 Organigrama asistente de cocina.....	76
Ilustración 30 Organigrama meseros	77
Ilustración 31 Organigrama masajista	78
Ilustración 32 Flujograma Check in	79
Ilustración 33 Flujograma Check out	80
Ilustración 34 Flujograma recepcionista	81
Ilustración 35 Flujograma mantenimiento.....	82
Ilustración 36 Flujograma Restaurante.....	83
Ilustración 37 Flujograma Spa.....	84
Ilustración 38 Marca <i>Sacha Yura</i>	89
Ilustración 39 Letrero principal <i>Sacha Yura</i>	90
Ilustración 40 Letrero de bienvenida	90
Ilustración 41 Nombre de las habitaciones.....	91
Ilustración 42 Camisetas del personal.....	91
Ilustración 43 Toallas de las habitaciones Fuente: La autora.....	92
Ilustración 44 Albornoz.....	92
Ilustración 45 Cubrecamas.....	93
Ilustración 46 Hojas membretadas	93
Ilustración 47 Menaje del restaurante	94
Ilustración 48 Señales de evacuación	95

Ilustración 49 Señales de advertencia.....	95
Ilustración 50 Señales de obligación	96
Ilustración 51 Página de Facebook	97
Ilustración 52 Página de Instagram	97
Ilustración 53 Increíbles hoteles	97
Ilustración 54 Valla en Terminal Quitumbe.....	98
Ilustración 55 Valla en la Av. Simón Bolívar	98
Ilustración 56 Valla en el aeropuerto Mariscal Sucre	98
Ilustración 57 Determinación de interacciones	101
Ilustración 58 Determinación de afectaciones	103
Ilustración 59 Determinación de severidad	104
Ilustración 60 Impactos en la etapa de construcción.....	107
Ilustración 61 Impactos en la etapa de operación	109
Ilustración 62 Balance de situación inicial	114
Ilustración 63 Plantilla Flujo anual	116
Ilustración 64 Costo del capital.....	117
Ilustración 65 Tabla de amortización Fuente: La autora.....	117
Ilustración 66 Flujo 5 años.....	118
Ilustración 67 Punto de equilibrio	119
Ilustración 68 Gráfica punto de equilibrio	119

RESUMEN EJECUTIVO

El estudio de factibilidad para la implementación de un *lodge* que fomente el rescate de la identidad Kichwa Amazónica en el cantón Gonzalo Pizarro, Sucumbíos, se realizó con el propósito de determinar la viabilidad del proyecto, dividiendo el estudio en áreas relevantes para su ejecución. El diagnóstico situacional del destino, sus áreas de influencia y el estudio de mercado sirvieron para establecer el perfil del consumidor, a fin de ofertar paquetes turísticos completos.

En el diseño de la investigación se usaron diferentes métodos y tipos de investigación. Teniendo un enfoque cualitativo y cuantitativo, se desarrollaron técnicas de recolección de datos como la encuesta y la entrevista facilitando la obtención de datos cuyas variables fueron características de la demanda turística de la zona, la competencia directa y los beneficios financieros y sociales. Se determinó el perfil del turista que visita Sucumbíos de una muestra de 387 donde, 219 resaltaron ser mujeres, de 26 a 40 años de edad, quienes tienen estudios superiores y son empleados públicos y ganan más de \$401 dólares, pertenecen a un nivel socioeconómico medio y alto, y se consideran turistas que prefieren el turismo cultural y la aventura.

Con relación al análisis económico financiero del proyecto, se estableció que la inversión necesaria alcanzaría los \$130.149,00 consiguiendo ingresos en el primer año de \$341.470,00 dólares y egresos de \$ 312.500,95 teniendo como ganancia anual \$ 28.969,05, para considerar que es un negocio nuevo se empezará a trabajar calculando sobre una base del 20% de ocupación durante el primer año de funcionamiento, incrementándose un 4.5% por año. Además, la TIR es de 25,63% y el VAN de \$\$37.897,37 alcanzando el punto de equilibrio al cuarto año de funcionamiento mostrando resultados positivos para la viabilidad económica del proyecto.

Palabras clave: identidad – rescate – *lodge* – factibilidad

ABSTRACT

The feasibility study for the implementation of a lodge to promote the rescue of the Kichwa Amazon identity in the Gonzalo Pizarro canton, Sucumbíos, was carried out with the purpose of determining the viability of the project, dividing the study in relevant areas for its execution. The situational diagnosis of the destination, its areas of influence and the market study served to establish the profile of the consumer, in order to offer complete tourist packages.

Different methods and types of research were used in the design of the research. Having a qualitative and quantitative approach, data collection techniques such as the survey and interview were developed, facilitating the obtaining of data whose variables were characteristic of the tourist demand in the area, direct competition and financial and social benefits. The profile of the tourist who visits Sucumbíos was determined from a sample of 387 where 219 highlighted being women, from 26 to 40 years old, who have higher education and are public employees and earn more than \$401 dollars, belong to a medium and high socioeconomic level, and are considered tourists who prefer cultural and adventure tourism.

In relation to the economic-financial analysis of the project, it was established that the necessary investment would reach \$130,149.00, obtaining income in the first year of \$341,470.00 and expenses of \$ 312,500.95, having as an annual profit \$ 28,969.05. To consider that it is a new business, it will start working calculating on a basis of 20% of occupation during the first year of operation, increasing by 4.5% per year. In addition, the IRR is 25.63% and the NPV is \$37,897.37, reaching the break-even point in the fourth year of operation and showing positive results for the economic viability of the project.

Keywords: identity - rescue - lodge - feasibility

INTRODUCCIÓN

El turismo dentro del país en los últimos 11 años se ha convertido en un motor que impulsa la economía, diversificando las actividades y generando nuevas plazas de empleo. La región amazónica poseedora de grandes riquezas naturales, gastronómicas y culturales se convierte en un escenario ideal en el mundo en donde cada vez se crean establecimientos turísticos en medio de la abundante selva ecuatoriana, a través del disfrute de diferentes actividades se logra la experiencia que brinda el turismo. La parroquia Lumbaquí posee recursos turísticos naturales y culturales dentro de los cuales se puede destacar corrientes de agua, volcanes, bosques naturales y manifestaciones culturales obteniendo un gran crecimiento turístico en el sector, la desventaja que presenta este destino turístico es el no contar con una oferta de establecimientos de hospedaje que brinden actividades de recreación y esparcimiento, además del mínimo involucramiento del pueblo Kichwa Amazónico en las actividades turísticas quienes poseen conocimientos transcendentales para el disfrute de los visitantes del cantón.

El estudio que se presenta busca grandes alcances en el mejoramiento económico – social de sus habitantes, la protección del entorno natural y cultural, pero sobre todo la participación del pueblo en la actividad turística. De este modo surge la necesidad de buscar alternativas de involucrar al pueblo y mejorar los servicios turísticos del cantón logrando que se convierta en uno de los principales destinos turísticos de la provincia de Sucumbíos. En el proyecto se pretende mantener vivo el patrimonio cultural puesto que es un factor para la diversidad cultural frente a la creciente globalización. La comprensión del patrimonio cultural de las diferentes comunidades contribuye al diálogo entre culturas y promueve el respeto hacia los distintos modos de vida, de esta manera se consiga transmitir al visitante las prácticas y tradiciones que se practican en el lugar manteniendo vivas las costumbres ancestrales de todo un pueblo.

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes

El origen de aquello se conoce como servicio de alojamiento nace hace más dos mil años cuando en la antigüedad se consideraba como una obligación social pues se acogía a los viajeros procedentes de otros lugares quienes no tenían un espacio seguro donde pasar la noche, la mayoría de estos desplazamientos eran impulsados por las peregrinaciones religiosas de aquel tiempo.

Las denominadas posadas fueron designadas para alojar a altos funcionarios durante el imperio romano, además de ser centros de diferentes actividades. Cuando el comercio se empezó a expandir, esto estimulo aún más el desarrollo de las posadas, luego aparecieron los albergues que se situaban a lo largo de los caminos que unían las ciudades más importantes. Durante el siglo XIX la evolución de los medios de transporte ayudo a que la actividad económica se despegara, el ferrocarril y los barcos a vapor beneficiaron a la actividad turística reduciendo el tiempo de desplazamiento, surgió una generación de viajeros y se vio la necesidad de crear hoteles. Con el desarrollo del automóvil y el avión la competencia entre los establecimientos de hospedaje se empezó a notar, compitiendo en quien da un mejor lujo.

Según Galán (2018):

Un *lodge* se define como una pequeña casa o cabaña en las cercanías de un parque, en un entorno natural o adyacente a una casa mayor. De modo que se convierte en el tipo de refugio que utilizaban los cazadores, pescadores o montañistas como morada temporal para descansar de las actividades realizadas durante el día. En Kenia el término *lodge* fue utilizado para la casa de los guardaparques siendo en esta última en donde empezó a nombrarse el término para denominar hoteles dentro de los parques nacionales de Kenia, porque eran pequeños, se encontraban dentro de áreas protegidas y daban albergue a las personas que visitaban en lugar. (p: 2)

En tal razón un *lodge* deber ser un lugar construido con materiales locales, con un mínimo impacto ambiental, comprometido con la cultural local y que el

huésped encuentre todo lo que necesita y más para el descanso de alguna actividad.

Para Vázquez (2013) un *lodge* se define como:

La arquitectura debe ser respetuosa con el entorno y se utilizan materiales de la zona, cumplir con normas de reciclaje, optimizar recursos energéticos e hídricos, uso de productos biodegradables y utilización de productos orgánicos. Uno de los primeros *lodge* surgió en Kenia, el denominado “*Tawi Lodge*” se encuentra en una conservación privada de 6,000 acres al pie del monte Kilimanjaro (5.963 m), la montaña independiente más grande del mundo. Dormir entre los elefantes, cebras, impalas, *kudus*, *gerenuk* y la fauna local una de las mejores experiencias y además algunas de las más de 400 especies de aves en el ecosistema de Amboseli anida en los árboles.
(p: 2)

En Ecuador escondido en medio del bosque tropical y nuboso en la reserva del Chocó una de las regiones con mayor biodiversidad en el mundo se encuentra “*Mashpi Lodge*”, un proyecto que busca fomentar el turismo ecológico, trabajar con las comunidades cercanas y minimizar el impacto de las actividades del ser humano en el ambiente. Además de ser un lugar de conexión con la naturaleza se llevan a cabo investigaciones científicas en donde se estudian y monitorean a las distintas especies de flora y fauna para comprender la ecología de los bosques que rodean al *lodge* (BBC, 2017).

1.2. Planteamiento del Problema

El turismo dentro del país en los últimos 11 años se ha convertido en un motor que impulsa la economía, diversificando las actividades y generando nuevas plazas de empleo. La región amazónica poseedora de grandes riquezas naturales, gastronómicas y culturales se convierte en un escenario ideal en el mundo en donde cada vez se crean establecimientos turísticos en medio de la abundante selva ecuatoriana, a través del disfrute de diferentes actividades se logra la experiencia que brinda el turismo. La provincia de Sucumbíos a pesar de poseer las cualidades antes mencionadas carece de establecimientos de alojamiento, alimentación y recreación que posean calidad y confort, que dejen una experiencia positiva en el visitante y se integren en un marco sostenible por medio de servicios

La parroquia Lumbaquí posee recursos turísticos naturales y culturales dentro de los cuales se puede destacar corrientes de agua, volcanes, bosques naturales y manifestaciones culturales obteniendo un gran crecimiento turístico en el sector, la desventaja que presenta este destino turístico es el no contar con una oferta de establecimientos de hospedaje que brinden actividades de recreación y esparcimiento, además del mínimo involucramiento del pueblo Kichwa Amazónico en las actividades turísticas quienes poseen conocimientos transcendentales para el disfrute de los visitantes del cantón.

El desconocimiento de la efectividad económica que la actividad turística puede generar en el sector ha logrado el desaprovechamiento de las distintas potencialidades turísticas que posee el cantón creando desventaja frente a otros sectores turísticos que además de poseer recursos económicos para invertir, llevan la actividad turística como motor principal de la economía. De la misma manera el insuficiente apoyo a emprendimientos turísticos por parte de la empresa pública consigue que la afluencia de visitantes al sector sea escasa, además la publicidad engañosa que crean los municipios consigue la “mala fama” no logrando cumplir con uno de los objetivos en la prestación de un buen servicio, “el efecto multiplicador”, la referencia, la recomendación, el regreso y la confiabilidad. Y por último la poca dinamización de la economía se debe a que la población se dedica a una sola actividad tradicional: el comercio.

1.2.1. Formulación del problema.

¿Cómo influye la implementación de un *lodge* que fomente el rescate de la identidad Kichwa Amazónica en Lumbaquí, Gonzalo Pizarro, Sucumbíos, Ecuador?

1.2.2. Objeto de estudio.

El objetivo principal de la implementación del *lodge* comprende el rescate de la identidad del pueblo Kichwa Amazónico para lo cual se menciona lo siguiente:

- La infraestructura del *lodge* está inspirada en las viviendas típicas de la comunidad.

- La gastronomía que se oferta en el restaurante es típica de la zona y con productos orgánicos cosechados de huertos realizados por los kichwas
- Los conocimientos, saberes y prácticas con plantas medicinales son puestos en valor para la actividad del spa.
- El menaje de cocina como platos es elaborado por las mujeres kichwas a base de cerámica con diseños ancestrales amazónicos.
- El involucramiento de la comunidad en los cargos de cada departamento del *lodge*.
- La danza como manifestación cultural es parte de las actividades que se ofertan en el *lodge*.
- La existencia de un local de artesanías elaboradas por los integrantes de la comunidad como muestra de su talento y creatividad.

1.3. Descripción del área de estudio

Gonzalo Pizarro uno de los siete cantones de la provincia de Sucumbíos, se encuentra ubicado al norte de la Amazonía ecuatoriana, Lumbaquí su cabecera cantonal que gracias a su perfecta ubicación geográfica es poseedora de varios sitios naturales que constituyen el hábitat de especies propias de la zona. Se puede mencionar al gallo de la peña con su característico color naranja y negro se convierte en ave emblemática del cantón, de la misma forma especies de flora como orquídeas y bromelias se convierten en atractivos propios del lugar (Ecured, 2018).

Dentro del Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial del cantón Gonzalo Pizarro (PDOTGP) (2011) se menciona que:

El 25 de agosto de 1986 que en ese entonces estaba León Febres Cordero como presidente de la República, se crea el cantón Gonzalo Pizarro convirtiéndose Lumbaquí en la cabecera parroquial, siendo el asentamiento humano más extenso de la zona. Dentro del cantón se encuentran cuatro parroquias: una urbana y tres rurales, que a su vez

limita al norte con el Cantón Sucumbíos, al sur con el cantón El Chaco en la Provincia de Napo, al este con el Cantón Cascales y al oeste con los cantones Cayambe en Pichincha y Pimampiro en Imbabura. (p: 4)

1.4. Justificación

En la actualidad en el cantón existe insuficiente oferta de servicios turísticos de alojamientos que presten servicios de calidad y confort de acuerdo a la demanda insatisfecha, es así que se pretende la implementación de un *lodge* para captar la afluencia de los turistas nacionales y extranjeros ofertando un producto con singularidades propias basadas en la cosmovisión del pueblo Kichwa amazónico.

Dentro del proyecto se pretende mantener vivo el patrimonio cultural puesto que es un factor para la diversidad cultural frente a la creciente globalización. La comprensión del patrimonio cultural de las diferentes comunidades contribuye al diálogo entre culturas y promueve el respeto hacia los distintos modos de vida, de esta manera se consiga transmitir al visitante las prácticas y tradiciones que se practican en el lugar manteniendo vivas las costumbres ancestrales de todo un pueblo.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Elaborar un estudio de factibilidad para la implementación de un *lodge* que fomente el rescate de la identidad del pueblo Kichwa Amazónico en Lumbaquí, Gonzalo Pizarro, Sucumbíos, Ecuador.

1.5.2. Objetivos específicos

- Ejecutar el diagnóstico situacional identificando aspectos históricos, geográficos y socioeconómicos del sector.
- Identificar la posible demanda potencial para el *lodge* a través del estudio de mercado.
- Determinar la estructura organizativa y funcional con el cual el proyecto desarrollará sus actividades.
- Identificar los impactos naturales, sociales y económicos que genere el proyecto a fin de fortalecer la identidad de los actores estudiados.
- Determinar mediante estudio técnico y financiero la rentabilidad del proyecto.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Referencias de la investigación

Tema: Plan de negocios para la creación de un *lodge* basado en turismo comunitario en la provincia de Napo.

Para Cadena & Rodriguez (2016) sostienen su trabajo de grado:

Está dirigido a la implementación de un *lodge* orientado a servir y satisfacer las necesidades y expectativas del cliente, especialmente extranjero, que busca lugares únicos y atención de alto nivel, realizar actividades de aventura y relajación relacionado con la naturaleza y cultura que existe en la provincia de Napo. La ejecución del *lodge* va a estar basado en los pilares del ecoturismo que son conservación, sostenibilidad, sensibilización ambiental y participación a la comunidad. (p: 5)

Tema: Estudio de factibilidad de la construcción de un *lodge* con modelos de casas de árbol en el cantón Bucay.

Para Acosta & Oleas (2015) sostienen que su trabajo de grado de la siguiente manera:

El proyecto tiene como finalidad presentar el análisis de factibilidad de la construcción de un *lodge* ecológico con modelos base de casas del árbol en el cantón Bucay Provincia del Guayas. Se escogió este sector al ver el potencial turístico que ofrece, la demanda de realizar turismo de aventura gracias a sus accidentes geográficos, pero sobre todo el déficit de alojamiento de calidad en la zona, lo cual se lo vio como una oportunidad para desarrollar un nuevo sistema en cuanto a infraestructura hotelera. (p: 16)

Tema: Proyecto de factibilidad para la creación de una hostería ecológica en el barrio linderos de la parroquia de Vilcabamba provincia de Loja.

Para Carlos Rivas (2015), el trabajo de grado lo resume de la siguiente manera:

El presente proyecto de creación de una hostería ecológica en el barrio Linderos de la parroquia Vilcabamba, tiene el fin de aprovechar las riquezas que nos brinda la naturaleza del sector y proponer un servicio diferente a la competencia permitiendo satisfacer las necesidades y gustos de las personas. El inicio del proyecto se dio a través de un estudio de mercado con las encuestas realizadas a los turistas nacionales y extranjeros que llegan a la parroquia Vilcabamba. (p: 5)

Tema: La identidad cultural de la nacionalidad Sapara en la comunidad *Wiririma*: rescate y conservación / *sapara matsamtairi irutkamu wiririmanam taksha awainkiarmi yaunchu pujutai kakaram awajsatai tusar*

Para Tucupi (2013) su trabajo de grado se resume de la siguiente manera:

El presente trabajo tiene la finalidad de analizar en relación a la identidad cultural Sapara, además rescatar y conservar los elementos culturales practicados por ancestros, por otro lado, elaborar una propuesta de fortalecimiento de la cultura, para mejorar la identidad de los Sapara; con la finalidad de fortalecer y potenciar la cultura Sapara dentro de su territorio.

Tema: Rescate y valoración de las manifestaciones culturales de los pueblos Kichwas de la comunidad *Huaycopungo* parroquia San Rafael cantón Otavalo provincia de Imbabura.

Según Cañamar (2014) su trabajo de grado se resume en:

Se partió diagnosticando Las Manifestaciones Culturales de los Pueblos Kichwas de la Comunidad *Huaycopungo* Parroquia San Rafael Cantón Otavalo Provincia de Imbabura para su Rescate y Valoración Cultural, se analizó y determinó las estrategias adecuadas para la implementación de un centro cultural, mismo que permitirá mejorar la difusión, y valoración de la riqueza cultural, presentes en las manifestaciones culturales de la comunidad *Huaycopungo*, así como la práctica de una calidad ambiental en el manejo de los recursos que posee la comunidad. (p: 14)

2.2. Bases teóricas

Turismo.

Según la Organización Mundial del Turismo (2008)

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.

El turismo está relacionado con el movimiento de las personas fuera de su sitio de residencia frecuente, motivados por recreación o negocios, además contempla las actividades que realizan durante sus viajes los mismos que están

estrechamente relacionados con el consumo de bienes y servicios que logran satisfacer sus necesidades.

Desde un punto económico para la Cuenta Satélite de Turismo de México (2014) el turismo se refiere a:

Las acciones que realizan los visitantes es decir enmarcan todas las actividades económicas que se encargan de satisfacer la demanda del turista. Por tal razón las actividades y acciones que realizan los turistas no pueden ser excluidas del término turismo ya que representa una función de consumo que se relaciona con la producción de bienes y servicios. (p: 11)

En tal sentido el turismo se define como una de las actividades generadoras de crecimiento económico de un país basado en nuevos sectores con la creación de plazas de trabajo, alcanzando mayores ingresos de divisas, recaudación tributaria y aumento de los ingresos del sector.

Planta turística.

Antich (2008) menciona que:

Planta turística es una organización económica que, en las economías industriales, realiza la mayor parte de las actividades. Son organizaciones jerarquizadas, con relaciones jurídicas, y cuya dimensión depende de factores endógenos (capital) y exógenos (economías de escala). La Planta turística está conformada por instalaciones, equipos tecnológicos y atractivos turísticos para satisfacer requerimientos de usuarios. (p: 4)

Lodge.

Galan (2018) en un estudio sobre la correcta definición de *lodge*, manifiesta que:

Es una pequeña casa o cabaña en las cercanías de un parque, en un entorno natural o adyacente a una casa mayor. Por ende, se convierte en el tipo de refugio que utilizaban los cazadores, pescadores o montañistas como morada temporal para descansar de las actividades realizadas durante el día. En Kenia el término *lodge* fue utilizado para la casa de los guardaparques siendo en esta última en donde empezó a nombrarse el término para denominar hoteles dentro de los parques nacionales de Kenia, porque eran pequeños, se encontraban dentro de áreas protegidas y daban albergue a las personas que visitaban en lugar. (p: 2)

De acuerdo a lo expuesto un *lodge* comprende un establecimiento de alojamiento construido de forma sustentable en un ambiente natural dedicado al descanso de actividades o deportes realizados en la zona.

Servicio de Alojamiento.

Según el Reglamento General a la ley de turismo (2015) un servicio de alojamiento comprende, “El conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje” (p: 11).

En efecto un servicio de alojamiento se dedica a brindar un espacio con los requerimientos necesarios para pernoctar, a cambio de un precio estimado. Estos establecimientos pueden estar ubicados dentro y fuera de las ciudades.

Servicio de alimentación.

Para el Reglamento General a la ley de turismo (2015):

Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento.

(p: 11)

Servicio de guianza.

Servicios prestados por personas profesionales en turismo que se encuentren autorizadas o carnetizadas como guías ante el Ministerio de Turismo del Ecuador, para interpretar el patrimonio natural y cultural de un determinado atractivo. (MITUR, 2015:11)

Atractivos turísticos.

Como menciona Navarro (2015) “son representaciones y/o recursos turísticos creados o convertidos para facilitar la experiencia turística” (p: 21).

Componen todas las características de un lugar que atraen la atención del turista, estos atractivos forman parte de los recursos turísticos porque es lo que se puede ofrecer al visitante, estos también pueden ser temporales o permanentes.

Atractivos culturales.

Son aquellos elementos en los que interviene o ha intervenido la acción humana en el devenir histórico o bien se establecen por razones culturales o comerciales

Turismo cultural.

Comprende una actividad económica que se basa en el uso de los recursos socio cultural y medio ambiental con los que se pretende atraer al visitante, juntamente con actividades como turismo de naturaleza y aventura, gastronomía, compras, añadiendo valor a las experiencias y motivando su consumo. (Recuero Virto, Blasco López, & García de Madariaga, 2016, pág. 19)

Turismo sostenible.

Se interpreta entonces el concepto de turismo sostenible “una industria comprometida a hacer un bajo impacto sobre el medio ambiente y la cultura local, al tiempo que contribuye a generar ingresos y empleo para la población” (Tapia, 2013:1).

La presión del ser humano sobre los ecosistemas y la preocupación han ganado popularidad sobre el tema de sostenibilidad, se busca reducir los impactos negativos y la huella ecológica que generan las actividades económicas y sobre todo el turismo.

Turismo de naturaleza.

Para Hernández (2018), “el cuidado del medio ambiente y las repercusiones que las grandes industrias generaban dieron paso a congresos y convenciones como las distintas cumbres de la tierra y la agenda 21 en las cuales tratar estos temas es de gran importancia” (p:2).

También hay autores que resaltan que:

El término Turismo de Naturaleza según la Secretaria de Turismo de México: son los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos

naturales y culturales. Estos viajes se agrupan de acuerdo con el interés del turista en tres grandes modalidades: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural. (SECTUR, 2016)

Cultura.

Raymond (1994) citado en Castañeda (2014) expresa que “es la suma de costumbres y estilos de vida, conocimientos y saberes, cosmovisión, desarrollo artístico, científico, en una época o grupo social en el que se expresa la vida tradicional de un pueblo” (p: 11).

Es decir, la cultura abarca las diferentes expresiones y formas que posee una sociedad determinada como son sus costumbres y tradiciones, vestimenta, idioma adquiridas mediante el paso del tiempo.

Identidad.

Dentro de los conceptos de identidad para Cepeda (2018), “la identidad comprende las características más relevantes y propias de una región, un pueblo o una comunidad. Es decir, aquello que lo convierte en un territorio único gracias al patrimonio tangible e intangible propio del territorio” (p: 246).

La identidad es pocas palabras es el reconocimiento de sus expresiones como parte integral de ellos mismos, saber que los identifica y apreciarlo.

Pueblos y nacionalidades.

El origen de las nacionalidades y pueblos en el Ecuador, se remonta a millones de años atrás. En este sentido, Ayala (2008) citado por CARE (2014) sostiene que:

Hay un amplio acuerdo sobre el origen del hombre en América. Se sabe que vino del Asia por el estrecho de Bering, entre cuarenta y cincuenta mil años antes de Cristo. En el espacio que se ha llamado “Área Septentrional Andina”, que debe denominarse con mayor propiedad Andino América Ecuatorial, y que corresponde al territorio del actual Ecuador, hay evidencias de poblamiento de hace doce mil años. (p: 11)

A través de las diversas fases de conquista el Ecuador se ha convertido en un país pluriétnico y multicultural, dando como resultado nacionalidades con características únicas y diversas.

Patrimonio.

Se puede definir al patrimonio como el conjunto dinámico, integrador y respectivo de bienes y prácticas sociales, creadas, mantenidas, transmitidas y reconocidas por las personas, comunidades, comunas, pueblos y nacionalidades, colectivos y organizaciones culturales (Ministerio de Cultura y Patrimonio 2017).

Hace referencia a la herencia cultural propia de una comunidad, la cual con el paso del tiempo se mantiene viva generación tras generación.

Patrimonio cultural material.

Son aquellos objetos producidos por el ser humano con el testimonio de un proceso artístico, científico, documental, etc. Se los llama así porque son objetos susceptibles de ser movilizables y su clasificación varía de acuerdo con las legislaciones propias de cada región o país. (INPC, 2014)

Es decir, el patrimonio cultural material se convierte en testimonio y simbología de historia y cultura para los pueblos,

Patrimonio cultural inmaterial.

Los bienes inmuebles conservan valores históricos, culturales y simbólicos. Tienen características espaciales, estéticas, formales y técnico-constructivas con valores particulares que permiten interpretar las formas de pensar, de ser y hacer de las sociedades a lo largo del tiempo (INPC, 2014).

Lo que es lo mismo comprende las expresiones y conocimientos creados por los seres humanos que les otorgan un valor personal e identidad cultural.

2.3. Fundamentación legal

Constitución de la República del Ecuador.

Denominada oficialmente como Constitución de la República del Ecuador es la norma jurídica suprema vigente del Ecuador modificada en Montecristi en el año 2008. En ella se establecen las normas fundamentales que amparan los derechos y libertades de los ciudadanos del Ecuador (Constitución, 2008).

Art. 14.- “Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*” (Constitución, 2008).

Art. 15.- El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua. (Constitución, 2008)

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la ley suprema. (Constitución, 2008)

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

1. Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.

2. No ser objeto de racismo y de ninguna forma de discriminación fundada en su origen, identidad étnica o cultural.

8. Conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural. El Estado establecerá y ejecutará programas, con la participación de la comunidad, para asegurar la conservación y utilización sustentable de la biodiversidad.

9. Conservar y desarrollar sus propias formas de convivencia y organización social, y de generación y ejercicio de la autoridad, en sus territorios legalmente reconocidos y tierras comunitarias de posesión ancestral.

10. Crear, desarrollar, aplicar y practicar su derecho propio o consuetudinario, que no podrá vulnerar derechos constitucionales, en particular de las mujeres, niñas, niños y adolescentes.

12. Mantener, proteger y desarrollar los conocimientos colectivos; sus ciencias, tecnologías y saberes ancestrales; los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agro biodiversidad; sus medicinas y prácticas de medicina tradicional, con inclusión del derecho a recuperar, promover y proteger los lugares rituales y sagrados, así como plantas, animales, minerales y ecosistemas dentro de sus territorios; y el conocimiento de los recursos y propiedades de la fauna y la flora.

Se prohíbe toda forma de apropiación sobre sus conocimientos, innovaciones y prácticas.

13. Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador.

19. Impulsar el uso de las vestimentas, los símbolos y los emblemas que los identifiquen.

21. Que la dignidad y diversidad de sus culturas, tradiciones, historias y aspiraciones se reflejen en la educación pública y en los medios de comunicación; la creación de

sus propios medios de comunicación social en sus idiomas y el acceso a los demás sin discriminación alguna. (Constitución, 2008)

Art. 71.- “La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos” (Constitución, 2008).

Art. 73.- “El Estado aplicará medidas de precaución y restricción para las actividades que puedan conducir a la extinción de especies, la destrucción de ecosistemas o la alteración permanente de los ciclos naturales” (Constitución, 2008).

Art. 379.- Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.
2. Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
4. Las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas (Constitución, 2008).

Plan de Tur Ecuador 2030.

El Ministerio de Turismo (2019) expresa que “el Plan Nacional de Turismo 2030 pretende formular lineamientos que impulsen el sector turístico en el país mediante la implementación de un modelo de gestión sostenible y accesible para lo cual se detallan las siguientes políticas”.

1. Fomentar el turismo sostenible. Accesible e inclusivo como modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión, basándolo en la revalorización y conservación del patrimonio cultural y natural; la generación de desarrollo productivo y social; así como, el acceso a oportunidades para disfrutar de la actividad turística de una manera segura, cómoda y autónoma. (MINTUR, 2019:59)
2. Fortalecer la gestión de los destinos a través de la coordinación interinstitucional entre los actores del sector público, privado, académico, asociativo y comunitario, sustentado en sistemas eficientes de gobernabilidad colaborativa y gestión descentralizada y desconcentrada (MINTUR, 2019:59).
3. Mejorar la competitividad de los destinos, basada en la planificación turística, la generación de productos turísticos innovadores y la prestación de servicios de calidad, favoreciendo al turismo con base local como factor diferenciador de la oferta turística (MINTUR, 2019:59).

Objetivos Nacionales del Plan de Desarrollo toda una vida.

Según menciona la Secretaria Nacional de planificación y desarrollo (2017) “El plan busca promover la garantía de derechos durante todo el ciclo de vida de los ciudadanos del país”.

Eje 1: Derechos para todos durante toda la vida.

- Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas
- Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades
- Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones

Agenda 2030: Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Para la ONU (2015), la creación de los objetivos nacieron de líderes mundiales que adoptaron un conjunto de objetivos globales que constituyen un llamamiento universal a la acción para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y mejorar las vidas y las perspectivas de las personas en todo el mundo, siendo los principales actores los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil.

Objetivo 1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.

Objetivo 2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.

Objetivo 5. Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas.

Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.

Objetivo 9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.

Objetivo 10. Reducción de las desigualdades

Objetivo 12. Producción y Consumo Responsable

Objetivo 13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

Objetivo 15. Vida de ecosistemas terrestres (ONU, 2015).

Ley Orgánica de Cultura.

Tiene como objeto definir las competencias, atribuciones y obligaciones del Estado, los fundamentos de la política pública orientada a garantizar el ejercicio de los derechos culturales y la interculturalidad; así como ordenar la institucionalidad encargada del ámbito de la cultura y el patrimonio a través de la integración y funcionamiento del Sistema Nacional de Cultura.

La Ley Orgánica de Cultura (2016) señala:

Art. 4.- De los principios. Ley Orgánica de Cultura responderá a los siguientes principios: (Del Pozo, 2016:3).

- Identidad nacional: se construye y afirma a través del conjunto de interrelaciones culturales e históricas que promueven la unidad nacional y la cohesión social a partir de reconocimiento de la diversidad.

- Soberanía cultural: es el ejercicio legítimo del fomento y la protección de la diversidad, producción cultural y creativa nacional, la memoria social y el patrimonio cultural, frente a la amenaza que significa la circulación excluyente de contenidos culturales hegemónicos.

Art. 5.- Derechos culturales. Son derechos culturales, los siguientes: (Del Pozo, 2016:3)

b) Protección de los saberes ancestrales y dialogo intercultural. Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tienen derecho a la protección de sus saberes ancestrales, al reconocimiento de sus cosmovisiones como formas de percepción del mundo y las ideas; así como, a la salvaguarda de su patrimonio material e inmaterial y a la diversidad de formas de organización social y modos de vida vinculados a sus territorios.

d) Memoria Social. Las personas, comunidades, comunas, pueblo y nacionalidades, colectivos y organizaciones culturales tienen derecho a construir y difundir su memoria social, así como acceder a los contenidos que sobre ella estén depositados en las entidades públicas o privadas.

e) Libertad de creación. Las personas, comunidades, comunas, pueblos y nacionalidades, colectivos y organizaciones artísticas y culturales tienen derecho a gozar de independencia y autonomía para ejercer los derechos culturales, crear, poner en circulación sus creaciones artísticas y manifestaciones culturales.

i) Entorno digital. Como un bien público global y abierto, la red digital es un entorno para la innovación sostenible y la creatividad, y un recurso estratégico para para el desarrollo de prácticas, usos, interpretaciones, relaciones y desarrollo de medios de producción, así como de herramientas educativas y formativas, vinculadas a los procesos de creación artística y producción cultural y creativa.

Art. 23.- Del Sistema Nacional de Cultura. Comprende el conjunto coordinado y correlacionado de normas, políticas, instrumentos, procesos, instituciones, entidades, organizaciones, colectivos e individuos que participan en actividades culturales, creativas, artísticas y patrimoniales para fortalecer la identidad nacional, la formación, protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales, incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios artísticos y culturales y, salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural para garantizar el ejercicio pleno de los derechos culturales. (Del Pozo, 2016:7)

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Tipos de investigación

Para la recolección de datos se usaron diferentes métodos y estudios, usando fuentes primarias y secundarias de información a nivel bibliográfico y de campo. La investigación tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo, y se desarrollarán técnicas como las encuestas y la entrevista.

Investigación cualitativa.

González (2013) citado en Portilla, Rojas, & Hernández (2014) expresa que:

Refiere que la investigación cualitativa aborda lo real en cuanto proceso cultural, desde una perspectiva subjetiva, con la que se intenta comprender e interpretar todas las acciones humanas, las vivencias, las experiencias, el sentir, con el fin de crear formas de ser en el mundo de la vida.

La investigación cualitativa permitirá conocer las preferencias de los turistas que eligen la Provincia de Sucumbíos como destino turístico, los servicios de alimentación, tipos de alojamientos, actividades a realizar, precios dispuestos a pagar, y comportamientos de los visitantes con la finalidad de satisfacer sus necesidades; esta información se obtendrá a través de las encuestas, las entrevistas y la observación directa.

Investigación cuantitativa.

Kerlinger (2002) citado en Sánchez (2019) sustenta que:

La investigación bajo el enfoque cuantitativo se denomina así porque trata con fenómenos que se pueden medir a través de la utilización de técnicas estadísticas para el análisis de los datos recogidos, su propósito más importante radica en la descripción, explicación, predicción y control objetivo de sus causas y la predicción de su ocurrencia a partir del desvelamiento de las mismas, fundamentando sus conclusiones sobre el uso riguroso de la métrica o cuantificación, tanto de la recolección de sus resultados como de su procesamiento, análisis e interpretación, a través del método hipotético-deductivo.

Este tipo de investigación permitirá recopilar información dentro del estudio de mercado con el propósito de determinar el público objetivo del proyecto. Dicha información se recopilará mediante encuestas.

Investigación bibliográfica.

En un estudio realizado por la Universidad Autónoma de Nicaragua se dice que “La investigación documental tiene la particularidad de utilizar como una fuente primaria de insumos, mas no la única y exclusiva, el documento escrito en sus diferentes formas: documentos impresos, electrónicos y audiovisuales” (Rizo, 2015:22).

Este tipo de investigación permitirá recopilar, seleccionar y analizar información teórica mediante la toma de datos en libros, revistas y otros documentos. Esta investigación contribuirá al cumplimiento del objetivo ejecutar el diagnóstico situacional identificando aspectos históricos, geográficos y socioeconómicos del sector planteado en el proyecto.

Investigación de campo.

Cajal (2017) expresa que “La investigación de campo o trabajo de campo es la recopilación de información fuera de un lugar de trabajo. Es decir, los datos que se necesitan para hacer la investigación se toman en ambientes reales no controlados”.

La investigación de campo se enfocará en la Provincia de Sucumbíos, Cantón Gonzalo Pizarro, Parroquia Lumbaquí, y su objetivo es obtener datos e información para desarrollar el estudio de factibilidad para la creación de un *Lodge* en el sector, a través del análisis de las encuestas. Este tipo de investigación favorecerá con el cumplimiento del objetivo Identificar la posible demanda potencial para el *lodge* a través del estudio de mercado.

3.2. Métodos de investigación

Método Analítico – Sintético.

Como lo menciona el catedrático de derecho internacional público Dr. Calduch (2014) “el método analítico – sintético parte de conocimiento general ya que utiliza la descripción general de una realidad para realizar la distinción, conocimiento y clasificación de sus elementos esenciales y las relaciones que mantienen entre sí” (p: 30).

Con el objeto de comprender y profundizar más en los conocimientos que respectan al tema de investigación, mediante este método se determinarán las causas y las consecuencias de la problemática existente en el cantón Gonzalo Pizarro y los factores con los que se relaciona.

3.3. Instrumentos de recolección

Determinar fuentes de información

En este proyecto se encuentran dos fuentes de información, primaria y secundaria.

Los datos primarios se originan por propósito específico del investigador de atender el problema que enfrenta.

- Encuesta aplicada a personas dedicadas a hacer turismo.
- Información brindada directamente por emprendimientos relacionados a la actividad de la investigación.

Los datos secundarios fueron obtenidos a través de entrevista en oficinas del Ministerio de Turismo de la provincia, al mismo tiempo en la oficina del Gobierno Provincial de Sucumbíos.

3.3.1. Diseño de la encuesta.

Se elaboró una encuesta por medio de la cual se llegó a determinar las preferencias de la demanda potencial del *lodge* y la demanda real del resto de emprendimientos de la competencia. Además, informar que tan propensos son

estos a cambiar de lugar en caso de que se les brindasen más ventajas que otro establecimiento no brinda.

Pasos en el diseño de la encuesta

Para el diseño de la encuesta se han seguido una serie de pasos como:

- Revisar las consideraciones preliminares
- Decidir sobre el contenido de las preguntas
- Decidir sobre el formato de las respuestas
- Decidir sobre la redacción de las preguntas
- Decidir sobre la secuencia de las preguntas
- Preprueba, revisión y elaboración del borrador final.

Escala de medición

Se elaboró una encuesta con el objetivo principal de conocer las necesidades y preferencias de las personas que realizan turismo.

Categorías de la encuesta:

Identificación: A través de preguntas dicotómicas nos da una idea de las características del consumidor. Básicamente resulta en un reducido grupo de datos que nos llevarán a tener una mejor interpretación de los datos.

Preguntas relacionadas:

- Edad
- Género
- Lugar de residencia
- Nivel de instrucción
- Profesión/Ocupación
- Nivel de ingresos

Perfil Turístico: Se utilizará para determinar el comportamiento y motivaciones principales de los encuestados mediante preguntas dicotómicas.

Preguntas relacionadas

- La última vez que usted realizó un viaje de turismo (fin de semana o feriado) fuera de la ciudad, estuvo acompañado por:
- En su última salida turística ¿Cuánto dinero gastó?
- ¿Cuánto tiempo ocupó en su último viaje turístico?
- ¿Usted conoce la provincia de Sucumbíos dentro de la Amazonía Ecuatoriana?

Preferencias: Mediante preguntas de elección múltiple se determinará las preferencias de los clientes en determinado destino turístico.

Preguntas relacionadas

- Si eligiera Sucumbíos para hacer turismo usted preferiría:
- En caso de quedarse a dormir ¿Le gustaría hospedarse en un *lodge* todo incluido?
- ¿Qué servicios le gustaría que se incluyeran en el *lodge*?
- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por hospedarse una noche con todo incluido?
- ¿Cuál es el medio que consulta antes de elegir un destino turístico?

3.3.2. Diseño de la entrevista.

Objetivo: Diagnosticar el comportamiento de los turistas que pernoctan y los servicios de los establecimientos de la parroquia Lumbaquí.

Categoría del establecimiento:

Edad del propietario:

Ubicación:

¿Qué cantidad de turistas recibe su establecimiento mensualmente?

¿Cuántas noches se hospedan como promedio?

¿De los productos que usted oferta cuales son lo más demandados por los turistas?

- Solo alojamiento
- Alojamiento y desayuno
- Alojamiento, desayuno y almuerzo
- Alojamiento, desayuno, almuerzo y cena
- Otro:

¿En qué proporción prefieren los turistas los productos seleccionados?

¿Dispone de proveedores fijos para la restauración?

¿Cómo realiza los procesos de compra?

¿Dispone su establecimiento de servicio de lavandería?

Oferta actividades complementarias como:

- Senderismo
- Canyoning
- Visitas a comunidades locales
- Paseo en bicicletas
- Otros

¿Los turistas que pernoctan de donde provienen mayoritariamente?

¿Las personas que se alojan vienen solos, en pareja o en familia?

¿Qué tipo de habitación posee y cuál es el precio para cada una de ellas?

¿Cómo comercializa el establecimiento?

3.4. Tipo de muestreo y cálculo de la muestra

La población identificada está constituida por los turistas nacionales y extranjeros que han visitado la provincia de Sucumbíos durante el año 2019. La información fue obtenida a partir de entrevista con el Gobierno Provincial. El total de turistas es de 16 000, donde se tomaron estadísticas de los Servicios Turísticos del Ecuador.

Cálculo de la muestra

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{z^2} + pq}$$

Donde:

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

p: probabilidad de que ocurra un suceso

q: probabilidad de que no ocurra un suceso

E: margen de error

Z: nivel de confiabilidad

Valores de las variables

N= 16000

p= 50% = 0.5

q= 1 - p =0.5

E= 5% = 0.05

Z= 95% = 1.96

Situación en la fórmula:

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{z^2} + pq}$$

$$n = \frac{16000 * 0.5 * 0.5}{\frac{(16000 - 1)0.05^2}{1.96^2} + 0.5 * 0.5} \quad n = \frac{4000}{\frac{(15999)0.0025}{3.842} + 0.25} \quad n = \frac{4000}{10.66}$$

n = 375.23

n =375

Concluyendo:

n = 375; el total de encuestas a aplicar para levantar la información necesaria representa a 375 personas de la población cuantificada de 16000 personas. Adicional hay que determinar el plan de recolección de datos e información para la investigación, así mismo los posibles lugares donde sea mejor la selección del perfil de los consumidores.

Plan de recolección

Tabla 1

Plan de obtención de datos

Objetivo: Identificar la posible demanda potencial para la creación de un lodge en Gonzalo Pizarro, Sucumbíos, Ecuador.

Unidades de análisis:

¿Cuáles son las unidades de análisis? Las personas que realizan turismo

¿Dónde se encuentran? En la base de datos de establecimientos turísticos

¿Cómo se van a recolectar los datos? A través de encuestas on-line

¿Cómo se van a preparar los datos para analizarlos? Las respuestas obtenidas, se preparan para su análisis, análisis mediante la aplicación SPSS

Variable a medir Preferencias y frecuencias de consumo

Muestra 376 personas seleccionadas aleatoriamente

Recursos Formularios / Tiempo 2 meses

CAPITULO IV

4. ESTUDIO DE MERCADO

4.1. Diagnostico

El Cantón Gonzalo Pizarro localizado en la parte oeste de la provincia de Sucumbíos fue creado mediante Ley Nro. 52, publicado en el Registro oficial 507 del 25 de Agosto de 1986; modificada el 02 de Agosto de 1990, tiene una extensión de 223.427,23 hectáreas; limita al norte con territorios del Cantón Sucumbíos, sur; Cantón el Chaco –Provincia de Napo-; este: territorios del Cantón Cascales; este con los cantones: Pimampiro provincia de Imbabura; Cayambe; Pichincha; En el año 2010 su población fue de 8.599 habitantes; y; las proyecciones referenciales de crecimiento poblacional por cantones realizada por la Secretaría Técnica de Planificación (SENPLADES)-2014; para el año 2016 es estima que 9.599 habitantes residirían en el territorio. Dentro de los cuales 4538 son mujeres y representan el 47% y 5061 don hombres y representan el 53%, con una población económicamente activa de 2941 y un nivel de educación mayoritariamente de primaria

El rango altitudinal varía desde los 3.920 m.s.n.m. en la parte más alta ubicada en la parroquia Reventador hasta los 380 m.s.n.m. en parte oeste de límites con el cantón Cascales; en la parte baja del sector del Río Aguarico; su temperatura que fluctúan entre 23°C a 29°C. Gonzalo Pizarro es parte de la Zona de Planificación Territorial No 1; (provincias de Sucumbíos, Carchi, Esmeraldas e Imbabura); del Distrito 21D01 que lo conforman con los cantones de Cascales y Sucumbíos; y, del Circuito 21D01C02.

Dentro de la cobertura de servicios básicos y complementarios; la energía eléctrica solamente un 90% de la población es beneficiada puesto que para las comunidades es difícil el acceso. El tema de agua potable es de igual forma aprovechado por el 90%, por otra parte, la red de alcantarillado solo está ubicada en la cabecera cantonal siendo solamente el 40% del total, esto debido a falta de cumplimiento del GAD, la recolección de desechos y el manejo de desechos son un

punto favorable para la administración del cantón pues existe una ordenanza en la cual se debe realizar la separación de desechos para un mejor manejo. La telefonía fija en el cantón es tal vez utilizada por un 30% de la población esto debido al adelanto tecnológico y la necesidad de tener un celular móvil que a su vez un 85% de la población posee. Por último, la conexión a internet no es excelente debido a que solo se encuentra el proveedor CNT y su rendimiento en el Cantón no es el mejor.

El Cantón Gonzalo Pizarro al ser poco extenso cuenta con la siguiente infraestructura, equipamientos generales y de seguridad: una gasolinera ubicada en el Km 57 de la Vía Lago Agrio – Quito su horario de apertura es de lunes a domingo de 08:00 a 17:00, una oficina bancaria de BANECUADOR ubicada en la cabecera parroquial en la Av. Los Cofanes y Alcalá del Río Dorado de lunes a viernes de 09:00 a 17:00, cajeros automáticos en la oficina de BANECUADOR, en Pichincha mi Vecino y El Banco del Barrio, un centro de salud ubicado en la cabecera cantonal, tres farmacias de la red farmared's, un centro cultural, tres centros deportivos, dos espacios recreativos, una escuela del milenio, una estación de bomberos conjuntamente con la defensa civil, una oficina de fiscalía, tres cooperativas de taxis, dos casas de cambio westerunion y solamente un mercado artesanal de fines de semana.

Dentro del cantón podemos encontrar los siguientes asentamientos humanos.

- **Parroquia Puerto Libre:** Puerto Libre, Flor del Valle, El Cabeno, La Amarilla, El Chíparo
- **Parroquia La Bonita:** La Bonita, Santa Barbara, El Playón
- **Parroquia Lumbaquí:** Lumbaquí
- **Parroquia Gonzalo Pizarro:** Amazonas, El Cisne, Panduyaku, Dashino, La Unión, San Carlos del río Due, Playas del Río Coca, *Shiwakucha*, *Chuskuyaku*, El Paraíso.

- **Parroquia El Reventador:** Recinto Atenas, Simón Bolívar, Alma Ecuatoriana.

El sistema de transporte es bueno y las líneas de buses que llegan a Lumbaquí tienen como origen las ciudades de: Quito, Guayaquil, Santo Domingo, Loja, Guaranda, Ambato y Tulcán. Otra opción que se presenta es Tena, Baeza, Lumbaquí y Lago Agrio. Los viajes directos a Lumbaquí son muy limitados, no hay viajes programados al lugar por tal motivo el transporte terrestre toma dos puntos de referencia vía Lago Agrio y vía al Coca. La Compañía Petrolera Occidental dispone de transporte aéreo a Limoncocha, a las zonas que se hallan en explotación en los límites de la Reserva Biológica Limón-cocha, frontera con territorios Huaorani para el aterrizaje de avioneta.

La única aerolínea que el turista dispone hacia la Amazonía ecuatoriana actualmente es TAME, con horarios y frecuencias establecidas. TAME opera un vuelo diario de lunes a sábado entre Quito y Lago Agrio. En la Amazonía los aeropuertos más cercanos a Lumbaquí se ubican en Lago Agrio y Francisco de Orellana, pero también existen pistas, para avioneta, de Compañías Petroleras privadas.

Con respecto a los atractivos turísticos del cantón podemos mencionar a:

Atractivos Naturales	Cascada La Chocolatera
Volcán El Reventador	Las Pizarras
Cascada de San Rafael	Playa Escondida
Cascada La Libertad	Cascada Cabeza de Lagarto
Cascada Los Manantiales	Cascada Milagrosa
Cascada del Manto Cristalino	<i>Samana Yaku</i>
Cascada La Doncella	Cascada Laguna Azul
Cascada La Escondida	

Atractivos Culturales

Comunidad *Sinangoe*

Petroglifos Piedra Bola

Piedra de los monos

Petroglifo del Valle

Fiestas Virgen del Cisne

Como establecimientos turísticos en el cantón solo se cuenta con cinco, tres de ellos son establecimiento de alojamiento: Hotel Lumbaquí, Hotel El Sol, Cabañas *Samana Huasi*. Y dos establecimientos de alimentos y bebidas: Restaurante *Samana Huasi* y Komo en Kasa.

Las facilidades turísticas implementadas en el cantón están ubicadas en los distintos atractivos más representativos del lugar con un estado favorable como son: Cascada La Libertad, Cascada Escondida, Río Lumbaquí, Complejo Turístico La Unión. Para la llegar a los distintos atractivos existen senderos los cuales están elaborados de una forma sencilla sin señalética ni información.

Dentro de las modalidades de turismo que se practican está el ecoturismo en la temporada de julio a agosto en la comunidad de *Panduyaku* donde se pueden recorrer los senderos y visitar las cascadas, el turismo de naturaleza que prácticamente se lo realiza en todo el territorio con una temporalidad de julio a agosto, el turismo religioso en el mes de agosto en donde se celebra las fiestas de la Virgen del Cisne devota por muchos lumbaqueños que provienen de Loja. Durante las fiestas de cantonización en el mes de julio se realizan deportes de aventura en los distintos ríos, cascadas y bosques del sector, además durante el mes de agosto se realiza anualmente la Ruta del Agua que comprende un recorrido desde Papallacta hasta la ciudad de Lago Agrio pasando por Lumbaquí, y por ultimo las ferias culturales y gastronómicas que se realizan en los meses de junio y diciembre.

Según datos obtenidos del boletín anual de la provincia de Sucumbíos durante el año 2018 ingresaron 2449 turistas nacionales en temporada de julio a agosto con una pernoctación del 70% y un gasto promedio por día de \$25.00, por otra parte, los turistas extranjeros fueron 27564 entre los meses de octubre a

diciembre con una media de pernoctación del 90% y un gasto promedio de \$45.00 por día. Dando como resultado un ingreso por turismo de 1´851.605 en el año 2018.

Gracias a la actividad turística la ciudadanía se beneficia con el empleo de personas dentro de las cuales doce corresponden a establecimientos de alojamiento, ocho de alimentos y bebidas. Veinte cinco en esparcimiento, dos guías locales y casi 150 personas beneficiadas con el comercio.

Durante el año 2017 el cantón obtuvo una declaratoria de premio verde por el Banco de Desarrollo del Ecuador. El municipio posee una oficina de información turística en la cual trabajan cuatro personas quienes son las encargadas de realizar la promoción, eventos culturales y ferias. La única ordenanza municipal para el desarrollo del turismo es la Ordenanza que regula la inversión municipal en emprendimientos turísticos, agro productivos y micro empresariales en el cantón expedida en el año 2015.

El cantón no cuenta con proyectos turísticos a desarrollarse debido a que existe poco involucramiento de la población y del sector público en la actividad.

Para concluir dentro de las principales necesidades del sector están la conservación urbana es decir la pavimentación de las calles, parqueaderos, aceras, una red peatonal que conecte los barrios fuera de la cabecera cantonal, la implementación de una ciclovía y creación de espacios verdes. Con el tema de circulación vehicular la implementación de una ruta urbana de buses estaría satisfaciendo varias necesidades de la población, ya que al existir cooperativas de taxis los precios son muy elevados. Además, es importante el reconocimiento de los atractivos y crear una base de datos y por último el mejoramiento en los establecimientos turísticos y la capacitación a las personas que se dedican a la actividad.

4.2. Segmentación de mercados

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS			
Producto turístico: Lodge que fomente el rescate del pueblo Kichwa Amazónico en Gonzalo Pizarro, Sucumbíos, Ecuador.			
Segmentación Geográfica			
Variable		Número	Porcentaje
Quito		123	32.5%
Guayaquil		62	16.4%
Ibarra		53	14%
Nueva Loja		36	9.5%
Ambato		33	8.7%
1er Resultado: 123 encuestados provienen de la ciudad de Quito			
Segmentación Demográfica			
Variable		Número	Porcentaje
Género:	Femenino	219	57.9%
Edad:	26-40	183	48.4%
Instrucción:	Superior	222	58.7%
Ocupación:	Empleado público	113	29.9%
Ingresos:	\$401 – a \$600	117	31%
2do Resultado: 219 mujeres, de 26 a 40 años de edad, quienes tienen estudios superiores y son empleados públicos y ganan más de \$401 dólares.			
Segmentación Psicográfica			
Variable		Número	Porcentaje
Nivel Socioeconómico	Medio-Alto	117	31%
3er Resultado: 219 mujeres, de 26 a 40 años de edad, quienes tienen estudios superiores y son empleados públicos y ganan más de \$401 dólares que pertenecen a un nivel socioeconómico medio y alto.			
Segmentación Conductual			

Ilustración 1 Segmentación de mercado
Fuente: Trabajo de campo; Garcés T. (2020)

La segmentación de mercado divide el mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo. Esto permite optimizar recursos y utilizar eficazmente nuestros esfuerzos de marketing. (Espinoza, 2013)

De acuerdo a la información obtenida para la segmentación de mercado se puede visualizar que, a través de las 378 encuestas realizadas el 32.5% de los encuestados es proveniente de la ciudad de Quito y el 16.4% corresponde a la ciudad de Guayaquil. De los cuales un 57.9% son de género femenino, con un rango de edad de 26 a 40 años, quienes tienen estudios superiores y que pertenecen al sector público con ingresos mensuales de \$400.00 que los sitúan en un nivel socio económico medio alto; además son turistas que prefieren el turismo de tipo cultural y de aventura.

4.3. Diseño de la investigación de mercado

4.4. Resultados y discusión

Perfil turístico

La última vez que usted realizó un viaje de turismo (fin de semana o feriado) fuera de la ciudad, estuvo acompañado por:

378 respuestas

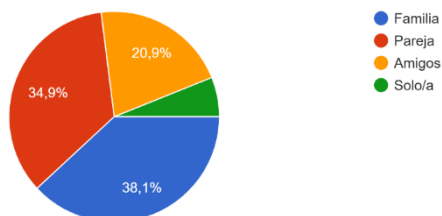


Ilustración 2 Perfil turístico: Compañía

Fuente: Trabajo de campo; Garcés T. (2020)

De acuerdo a los datos arrojados, el comportamiento general de la población para realizar viajes muestra que el 38.1% de los viajes se realizan en familia y 34.9% respondieron que prefieren realizar sus viajes en pareja.

En su última salida turística ¿Cuánto dinero gastó?
378 respuestas

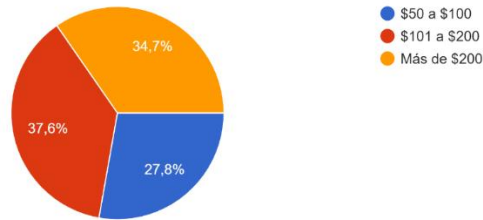


Ilustración 3 Perfil turístico: Gasto
Fuente: Trabajo de campo; Garcés T. (2020)

Si se comparan los gastos que realizaron los encuestados y con quien preferían viajar se tiene como resultado que el 37.6% gastó en su último viaje de \$101 a \$200 y el 34.7% eligió que gastó más de \$200 dólares; esto tomando en cuenta que sus viajes fueron acompañados por la familia y la pareja.

¿Cuánto tiempo ocupó en su último viaje turístico?
378 respuestas

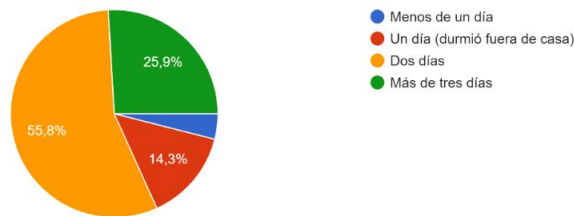


Ilustración 4 Perfil turístico: Tiempo
Fuente: Trabajo de campo; Garcés T. (2020)

Con relación a las respuestas de los encuestados sobre el tiempo de duración de la última actividad turística se obtuvo que el 55.8% y el 25.9% durante su viaje turístico ocuparon de dos a tres días siendo un porcentaje representativo para el diseño de paquetes del *lodge* y las actividades a desarrollar.

¿Usted conoce la provincia de Sucumbíos dentro de la Amazonía Ecuatoriana?

378 respuestas

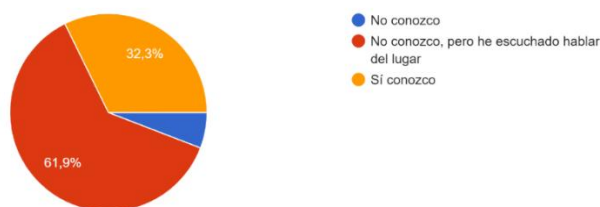


Ilustración 5 Perfil turístico: Sucumbíos

Fuente: Trabajo de campo; Garcés T. (2020)

El 61.9% de los encuestados no conoce la provincia de Sucumbíos, esto debido a la falta de promoción turística, ineficiente gestión del gobierno provincial y los cantonales, además el limitado involucramiento del sector privado.

Si eligiera Sucumbíos para hacer turismo usted preferiría:

378 respuestas

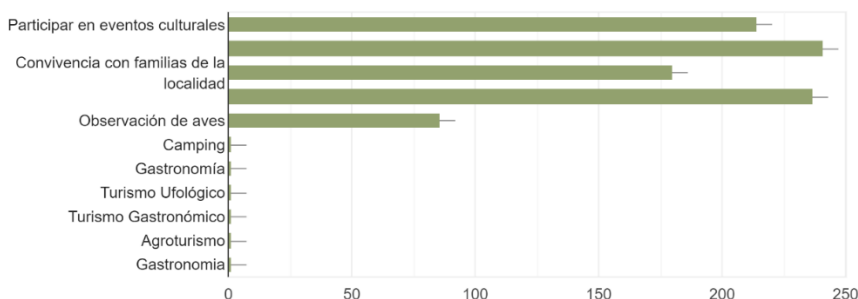


Ilustración 6 Perfil turístico: preferencia

Fuente: Trabajo de campo; Garcés T. (2020)

Dentro de las actividades que eligieron los encuestados ante la interrogante de si visitarían la provincia de Sucumbíos, un 63.8% decidió convivencias con familias de la localidad, siendo un punto positivo para la implementación del *lodge* ya que el objetivo es el rescate de la identidad del pueblo Kichwa, por otra parte el 62.7% respondió que realizaría turismo de aventura, una modalidad turística que es tendencia en el comportamiento de las personas que visitan la Amazonía, y por último con 56.6% indicaron que participarían en eventos culturales, lo cual también se corresponde con los objetivos de la investigación.

En caso de quedarse a dormir ¿Le gustaría hospedarse en un lodge todo incluido?
378 respuestas

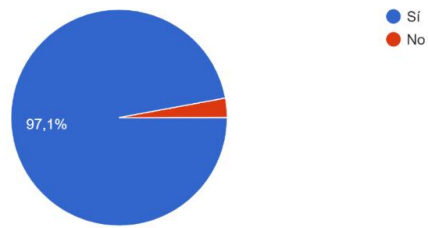


Ilustración 7 Perfil turístico: preferencia
Fuente: Trabajo de campo; Garcés T. (2020)

En cuanto a la preferencia por las formas de alojamiento el 97.1% de los encuestados indica que le gustaría hospedarse en un *lodge* que funciona bajo la modalidad todo incluido.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por hospedarse una noche con todo incluido?
367 respuestas

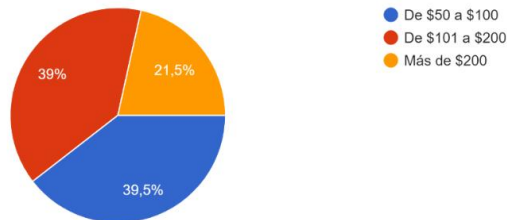


Ilustración 8 Perfil turístico: Pago
Fuente: Trabajo de campo; Garcés T. (2020)

Dentro de los valores que se seleccionaron para el costo del hospedaje, el 39.5% estaría dispuesto a pagar de \$50 a \$100 y el 39% de \$101 a \$200, lo cual sitúa al segmento de mercado potencial en la clase media, media alta.



Ilustración 9 Perfil turístico: servicios
Fuente: Trabajo de campo; Garcés T. (2020)

De acuerdo a los resultados los servicios que les gustaría a los encuestados que se incluyeran en el *lodge* son el restaurante y bar al aire libre con 81.12% demostrando que es importante para ellos encuestados la presencia de un lugar donde servirse alimentos y disfrutar, seguido está la piscina y el spa con un 77.1%, por otra parte, con un 62.4% prefirieron el área de yoga y relajación recomfortando las actividades de ocio y descanso. Por último, también indican preferencia por la implementación de áreas verdes.

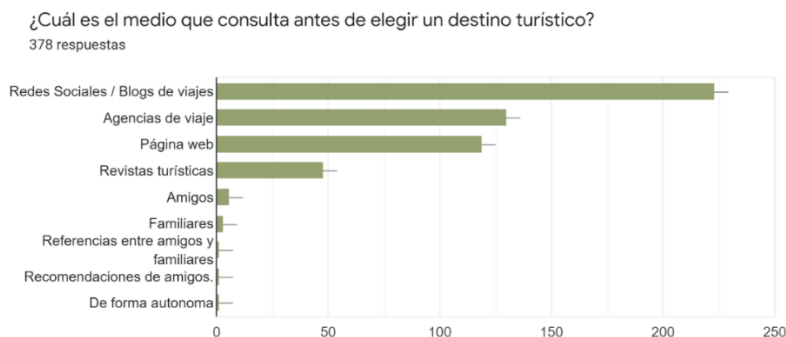


Ilustración 10 Perfil turístico: medio
Fuente: Trabajo de campo; Garcés T. (2020)

Dentro de los medios que los encuestados consultan antes de elegir un destino turístico, predominan con un 59% las redes sociales y los blogs de viajes, y un 34.4% las agencias de viajes; consecuentemente sería recomendable para la publicidad de *lodge* tener presencia en internet y las redes sociales, sin descuidar las alianzas estratégicas con agencias de viajes y operadoras turísticas, que continúan siendo canales utilizados por importantes segmentos de mercado.

4.5. Análisis de la oferta

El sector hotelero del cantón presenta baja ocupación debido a la ausencia de estrategias promocionales en la mayoría de los establecimientos. Esto se debe principalmente al desaprovechamiento de las oportunidades dentro de tendencias actuales del mercado turístico que los empresarios no han sabido identificar. Además, otros de los factores que influye es la ausencia de regulación del sector turístico en general por parte del GADGP.

Aunque en el catastro turístico de la provincia de Sucumbíos 2016 se identifican tres establecimientos de alojamiento hasta la fecha se encuentra solamente uno en funcionamiento.

Pese a esto tenemos los siguientes competidores que se encuentran cercanos al cantón:

Tabla 2
Establecimientos competidores en el sector

Nombre	Tipo	Ubicación	Cant. de habitaciones	Cant. de turistas anuales	Categoría
El Reventador	Hostería	El Reventador Km 159	8	3264	Segunda
El Sol	Hotel	Lumbaquí	13	2160	Tercera
Gran Hotel de Lago	Hotel	Lago Agrio	15	3600	Primera

4.5.1. Proyección de la oferta

Dentro del catastro de la provincia de Sucumbíos se han encontrado los siguientes establecimientos turísticos que se convierten en competencia directa del logde.

Tabla 3
Proyección de la oferta

Nombre del establecimiento	Cant. de turistas 2019	Promedio anual
El Reventador	576	
El Sol	480	
Gran Hotel de Lago	960	
Total	2016	672

El promedio anual de turistas obtenido de la relación entre turistas por establecimientos y cantidad de establecimientos ha dado como resultado 672, durante el año 2019 el promedio de turistas que arribaron a los tres establecimientos son 2016 turistas que pernoctan en los establecimientos de la competencia.

Generalmente la proyección se realiza para 5 años cuando el emprendimiento es pequeño. En el caso del *lodge* se requerirá de una fuerte inversión por lo que se recomienda hacerlo para 10 años.

Tabla 4
Proyección de la oferta

Año	Oferta
0	672
1	746
2	828
3	919
4	1020
5	1132
6	1257
7	1395
8	1549
9	1719
10	1908

En este caso se precisa que durante el primer año la proyección de los turistas anuales será de 746 que hasta llegar al décimo año habrán aumentado a 1908.

4.6. Análisis de la demanda

Según Laura Fisher, autora del libro "Mercadotecnia", (2018) la demanda se refiere a **"las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado"**

La provincia de Sucumbíos durante el año 2019 ha recibido un total de 16.000 turistas según el Boletín Turístico de Sucumbíos 2019, quienes atraídos por los diferentes sitios naturales y culturales eligen el destino para vacacionar. Tomando datos proporcionados por el Ministerio de Turismo, acerca de la entrada de extranjeros según su país de procedencia se menciona que los principales visitantes son originarios de América. Los países emisores son: Estados Unidos, seguido por Colombia y Perú.

Tabla 5
Demanda potencial

Población mercado objetivo de la provincia de Sucumbíos	16000
<hr/>	
% de intención de compra del producto	97.1%
<hr/>	
DEMANDA POTENCIAL	367

4.6.1. Proyección de la demanda.

Según Pamela Vera (2019) "Proyectar la demanda, es estimar lo que sucederá a futuro con la población potencial y objetivo del proyecto".

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

Donde:

C_n = Incremento compuesto

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

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

n = Años a proyectar

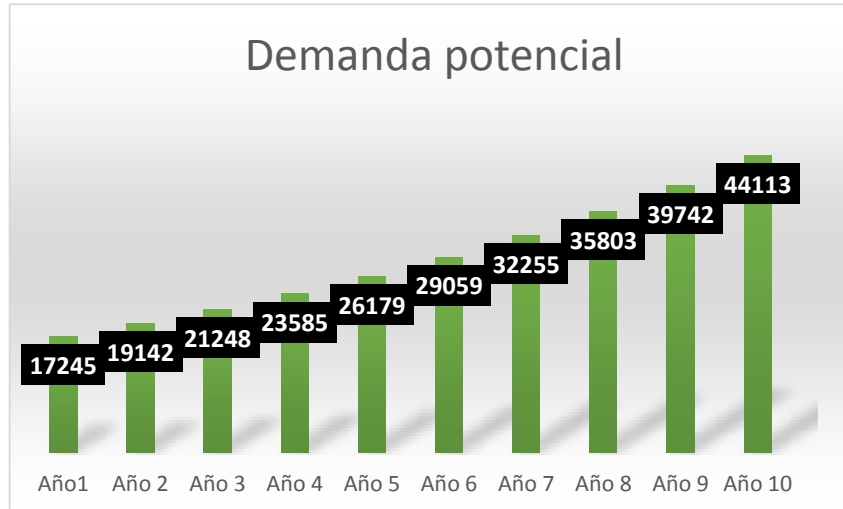


Ilustración 11 Demanda potencial
Fuente: La autora

4.6.2. Demanda insatisfecha.

Se llama demanda insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta. (Vásquez, 2018).

Tabla 6
Demanda insatisfecha

Año	Demanda potencial	Competencia	Demanda insatisfecha
Año 1	17245	746	16499
Año 2	19142	828	18314
Año 3	21248	919	20328
Año 4	23585	1020	22565
Año 5	26179	1132	25047
Año 6	29059	1257	27802

Año 7	32255	1395	30860
Año 8	35803	1549	34255
Año 9	39742	1719	38023
Año 10	44113	1908	42205

4.6.3. Demanda objetivo.

Según Maldonado (2017) “Es un conjunto de clientes bien definido, cuyas necesidades planea satisfacer la empresa”. (p.1)

Tabla 7
Demanda objetivo

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva
Año 1	16499	4125
Año 2	18314	4578
Año 3	20328	5082
Año 4	22565	5641
Año 5	25047	6262
Año 6	27802	6950
Año 7	30860	7715
Año 8	34255	8564
Año 9	38023	9506
Año 10	42205	10551

CAPITULO V

5. ESTUDIO TÉCNICO ADMINISTRATIVO

5.1. Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

5.1.1. Macro localización.

Los factores que se tomaron en cuenta al momento de decidir dónde será la ubicación del *lodge* en la provincia de Sucumbíos, cantón Gonzalo Pizarro fueron los siguientes:

- Tipo de lugar

Tomando como base una investigación realizada previamente, se concluyó que el cantón Gonzalo Pizarro no cuenta con un establecimiento turístico que brinde los servicios que se pretende implementar en el *lodge*.

- Estado de las vías de comunicación

La vía principal de acceso al cantón es la carretera de la troncal amazónica E45, que se encuentra en buenas condiciones. Desde la ciudad de Quito se encuentra aproximadamente a 221 Km.

También está la carretera transversal norte E20 por donde se puede llegar al cantón pasando por la ciudad del Coca. Otro de los accesos es la carretera desde el cantón Julio Andrade en la provincia del Carchi con aproximadamente 167 km en vía de segundo orden hacia Lumbaquí Sucumbíos.

Servicios

El cantón cuenta con acceso a suministros de servicios básicos de manera estable, entiéndase energía eléctrica, agua potable, comunicación telefónica y acceso a Internet.

5.1.2. Micro localización.

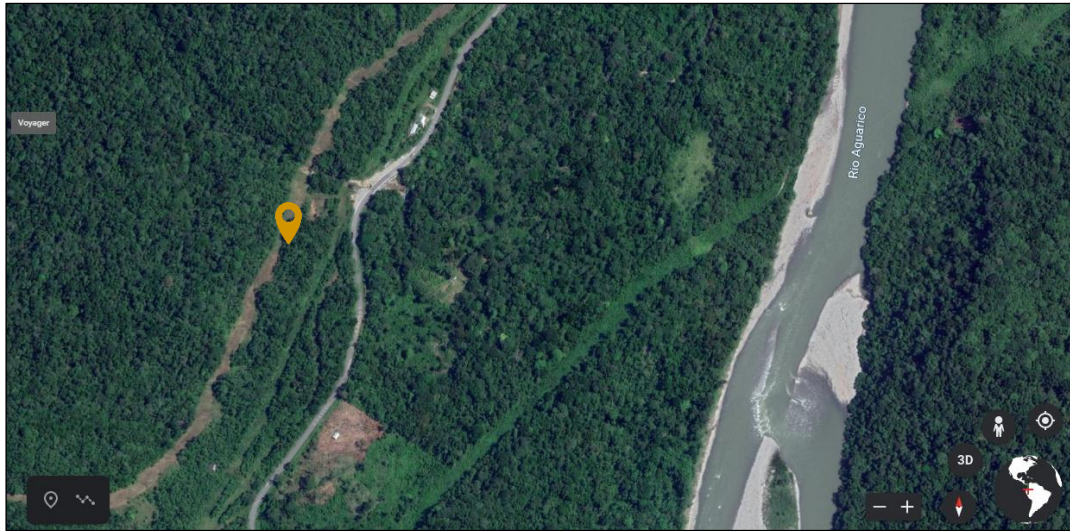


Ilustración 12 Ubicación del lodge
Fuente: Google Earth (2020)

El *lodge* estará ubicado en la provincia de Sucumbíos, cantón Gonzalo Pizarro, parroquia Lumbaquí, Km 56 margen izquierdo vía Lago Agrio- Quito.

5.2. Identificación y descripción de los procesos

5.2.1. Caracterización y diseño del servicio.

El *Lodge & Spa Sacha Yura* ofrece servicios de alojamiento en el cantón Gonzalo Pizarro. Los atractivos principales de la región son sus diversos ríos y cascadas, su clima cálido, la variedad de especies de flora y fauna y los maravillosos paisajes característicos de la Amazonía Ecuatoriana.

Con capacidad de 23 plazas, el *Lodge* ofrece a sus visitantes servicios de alojamiento, restaurante y bar al aire libre, piscina y spa, área de yoga y relajación, áreas verdes, venta de productos locales y artesanales y área de presentaciones culturales.

Sus ocho cabañas distribuidas en habitaciones simples, dobles, matrimoniales y familiares están construidas con guadúa, madera de la zona, cemento y ladrillo. El confort que ofrece cada una de sus instalaciones ha sido

diseñado con el objetivo de satisfacer las necesidades de descanso y esparcimiento de adultos quienes encontrarán en el mismo lugar la mejor opción para desconectarse de la ciudad. Conjuntamente los prestadores del *lodge* son miembros del pueblo Kichwa Amazónico quienes a través de la prestación del servicio pretenden rescatar y valorar sus conocimientos y prácticas ancestrales añadiendo valor a la experiencia del turista en el *lodge*.

5.2.2. Descripción de la prestación del servicio.

El principal objetivo del *lodge* es fomentar el rescate de la identidad del pueblo Kichwa Amazónico para lo cual el involucramiento del pueblo en la prestación del servicio es la columna vertebral para el cumplimiento. El *lodge* está dirigido a turistas entre 26 a 40 años de edad, con ingresos de más de \$401 dólares que pertenecen a un nivel socioeconómico medio y alto, y que se consideran turistas que prefieren el turismo cultural y la aventura.

Dentro de las actividades que oferta el *lodge* están:

- Sesiones de relación y sanación en el spa a través de saberes y prácticas con plantas medicinales.
- Practica de yoga.
- Tours a pie.
- Recorrido por atractivos turísticos del cantón.
- Siembra y cosecha de alimentos orgánicos.
- Elaboración de comida típica.
- Tour sobre cultura local.

Los precios por habitaciones son:

Habitaciones simples + desayuno = \$70.00

Habitaciones dobles + desayuno = \$130.00

Habitaciones matrimoniales + desayuno + spa = \$250.00

Habitaciones Familiares + desayuno = \$275.00 (5 miembros)

Los precios por producto son:

Desayunos = \$4.00

Almuerzos = \$8.00

Cenas = \$8.00

Sesiones de spa y yoga = \$40.00

5.2.3. Procedimiento técnico usado en el proyecto para obtener los bienes o servicios.

Tabla 8
Procedimiento técnico

Estado inicial	Proceso transformador	Producto final
Insumos	Procesos	Productos
Terreno con extensión de 4500 m2	Planificación y diseño	Alojamiento
Recurso Financiero	Demolición y limpieza.	Restauración
	Movimiento de suelo, excavación y fundiciones.	Spa
Suministros	Construcción, equipamiento y montaje	Subproductos
Banco Pichincha	Equipo productivo	Senderismo
	Maquinaria Pesada	
	Muebles y enseres	
	Equipos de cocina	
	Electrodomésticos	
	Equipos de construcción	
	Organización	
	Arquitecto/Decorador	
	Topógrafo	
	Maestro de Obra	
	Albañiles	
	Carpintero	
	Electricista/Soldador	

5.3. Ingeniería del proyecto

5.3.1. Distribución de la planta.

El *lodge* estará conformado por 10 cabañas construidas con madera, ladrillo visto y cemento las cuales se detallan a continuación:

Cabaña n°1 = Recepción, tienda de artesanías, área de yoga y spa.

Cabaña n°2 = Restaurante y bar al aire libre.

Cabaña n°3 = tres habitaciones simples.

Cabaña n°4 = dos habitaciones dobles.

Cabaña n°5 = habitación matrimonial

Cabaña n°6 = habitación matrimonial

Cabaña n°7 = habitación matrimonial

Cabaña n°8 = habitaciones familiares

Cabaña n°9 = habitaciones familiares

Cabaña n°10 = Bodega

Parqueadero

El número de personal que laborará en el *lodge* son trece siendo estos: administrador, asistente contable, recepcionista, botón, dos camareras, mantenimiento, chef, asistente de cocina, bartender, dos meseros, masajista.

5.3.2. Diseño planimétrico de la planta

SACHA YURA LODGE

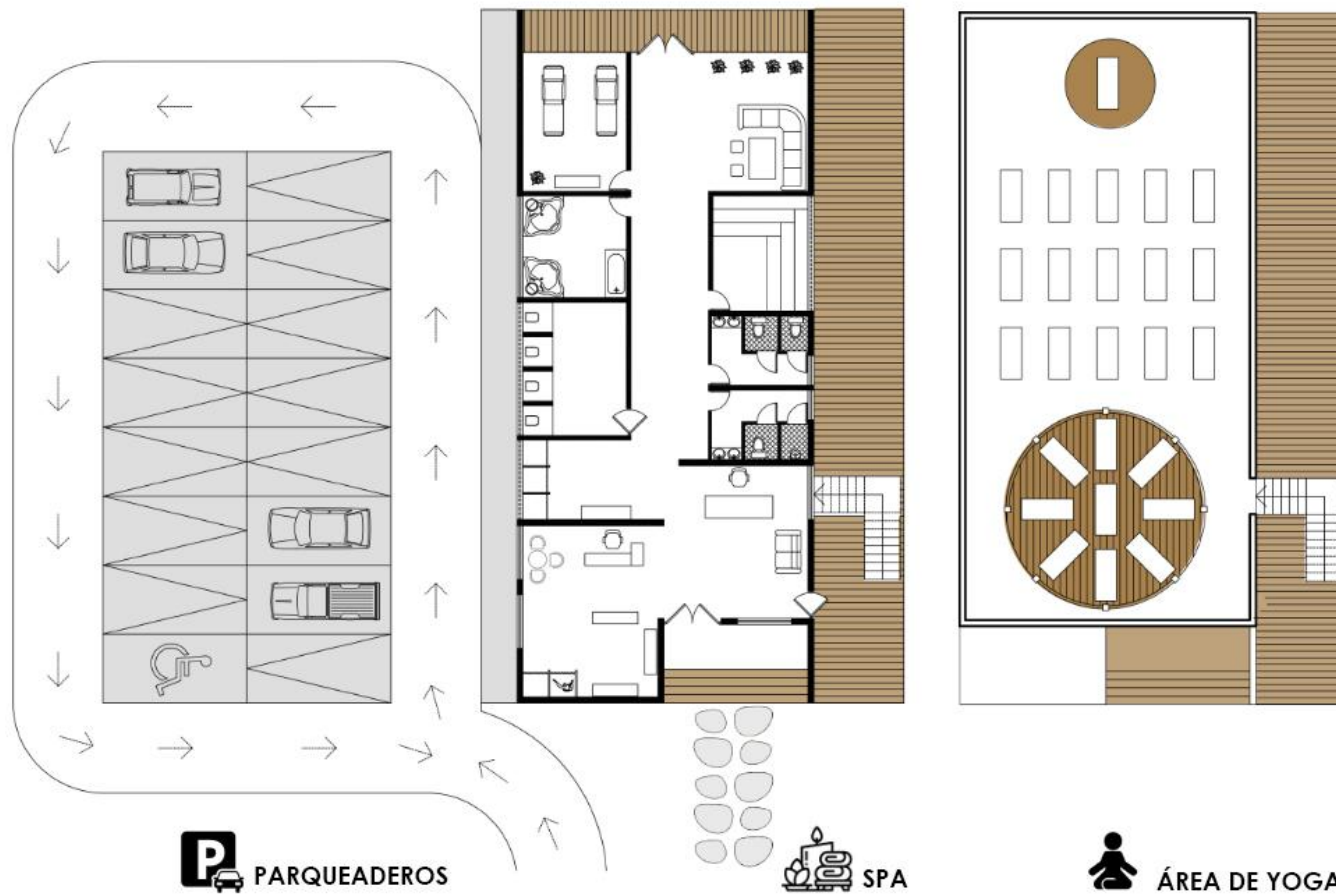
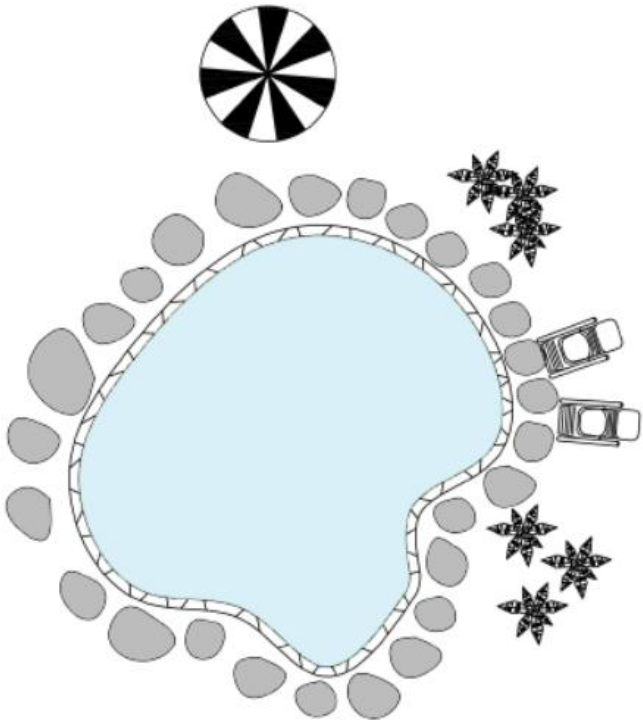


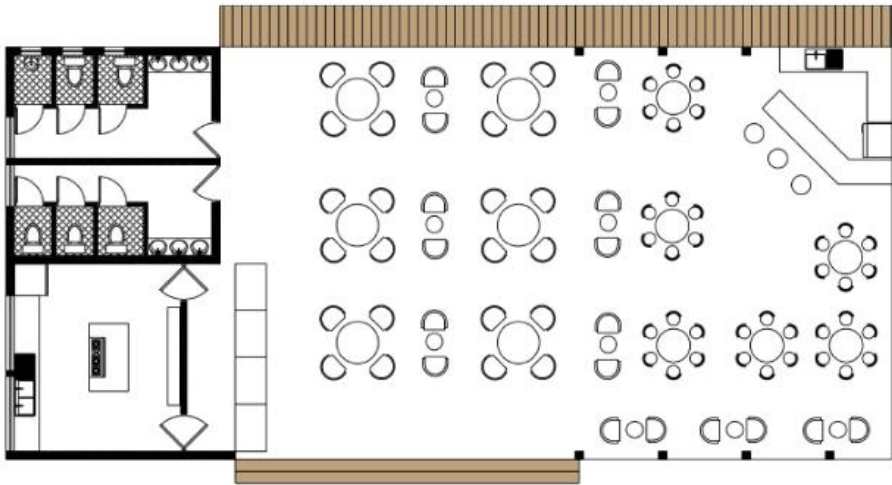
Ilustración 13 Distribución de planta
Fuente: La autora

SACHA YURA

LODGE



PISCINA



BAR - RESTAURANTE

Ilustración 14 Piscina y Área de restauración

Fuente: La autora

SACHA YURA

LODGE



Ilustración 15 Distribución de cabañas matrimoniales
Fuente: La autora

SACHA YURA

LODGE

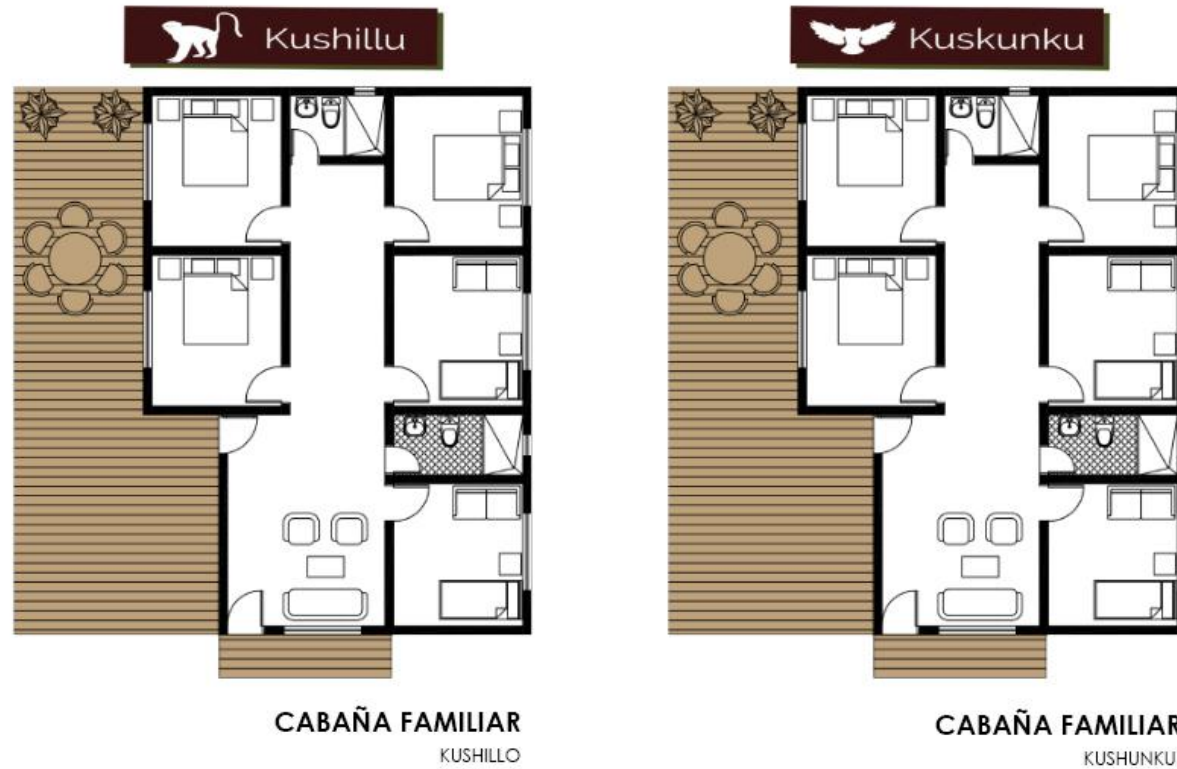


Ilustración 16 Distribución de cabañas familiares
Fuente: La autora

SACHA YURA

LODGE

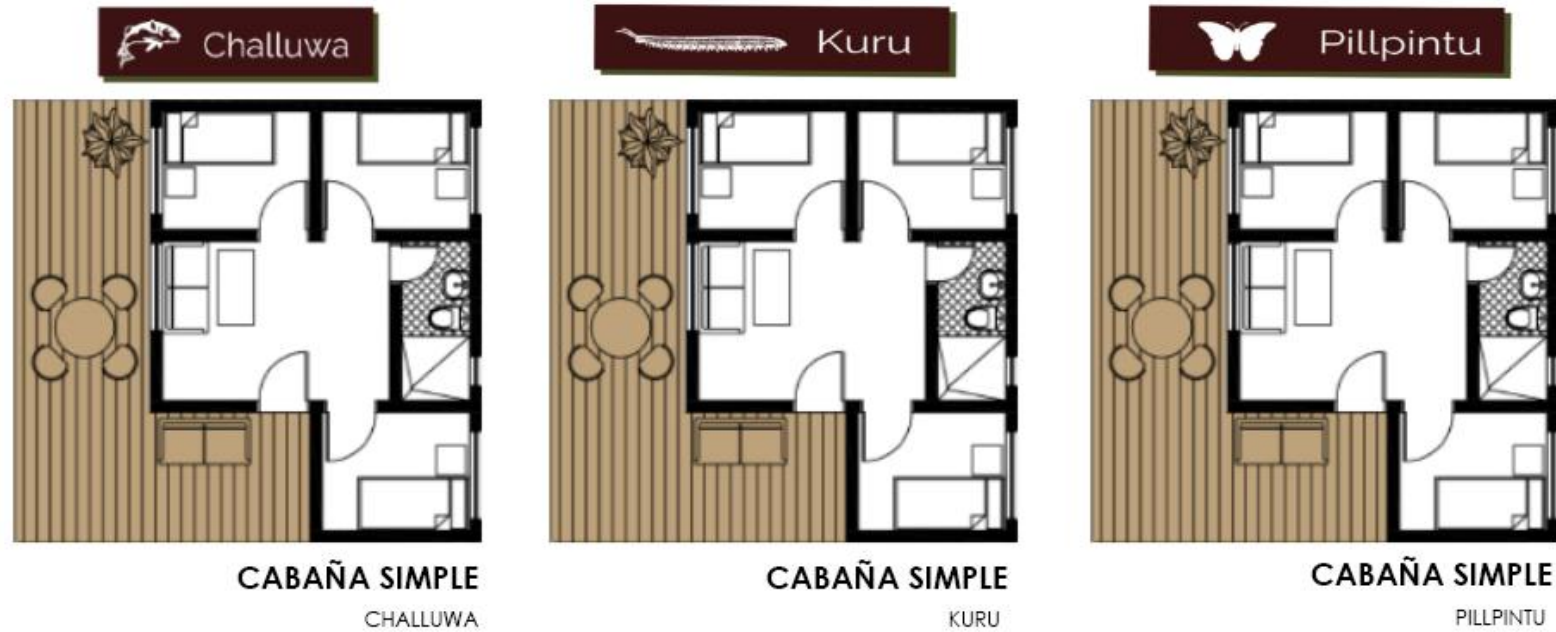
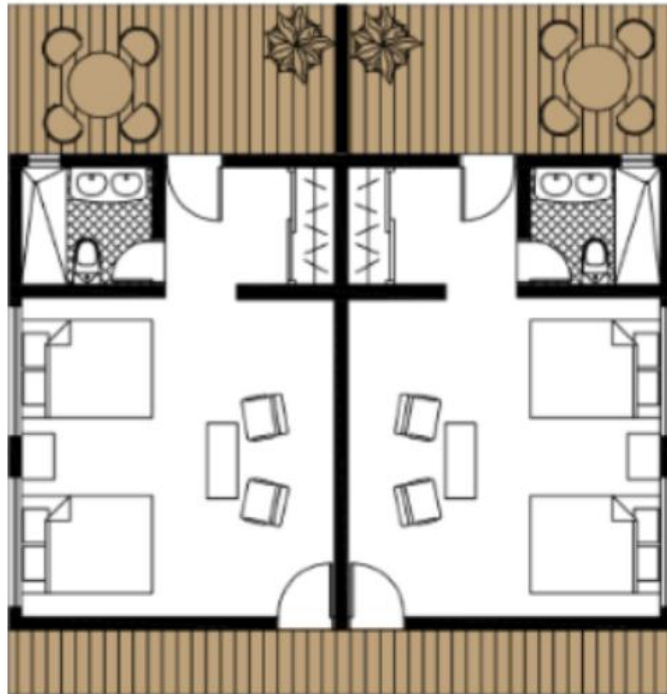


Ilustración 17 Distribución de habitaciones simples
Fuente: La autora

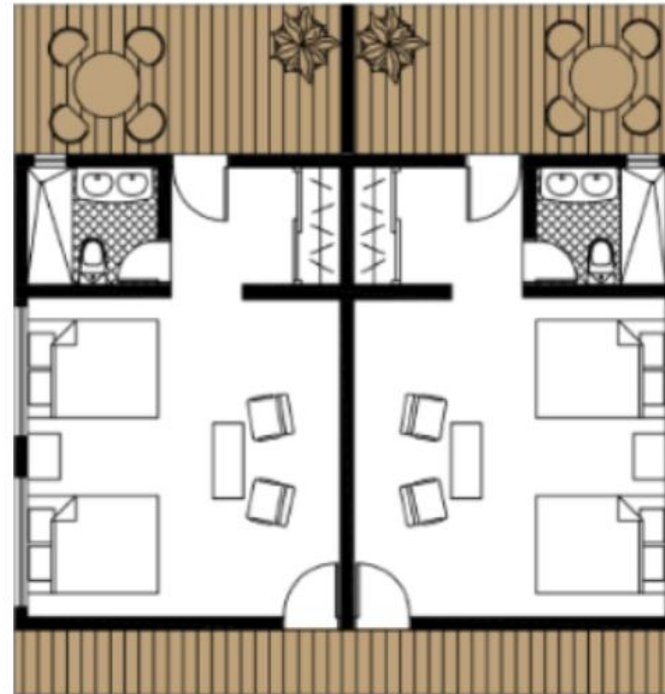
SACHA YURA LODGE

 Taruka



CABAÑA DOBLE
TARUKA

 Waksa



CABAÑA DOBLE
WAKSA

Ilustración 18 Distribución habitaciones dobles
Fuente: La autora

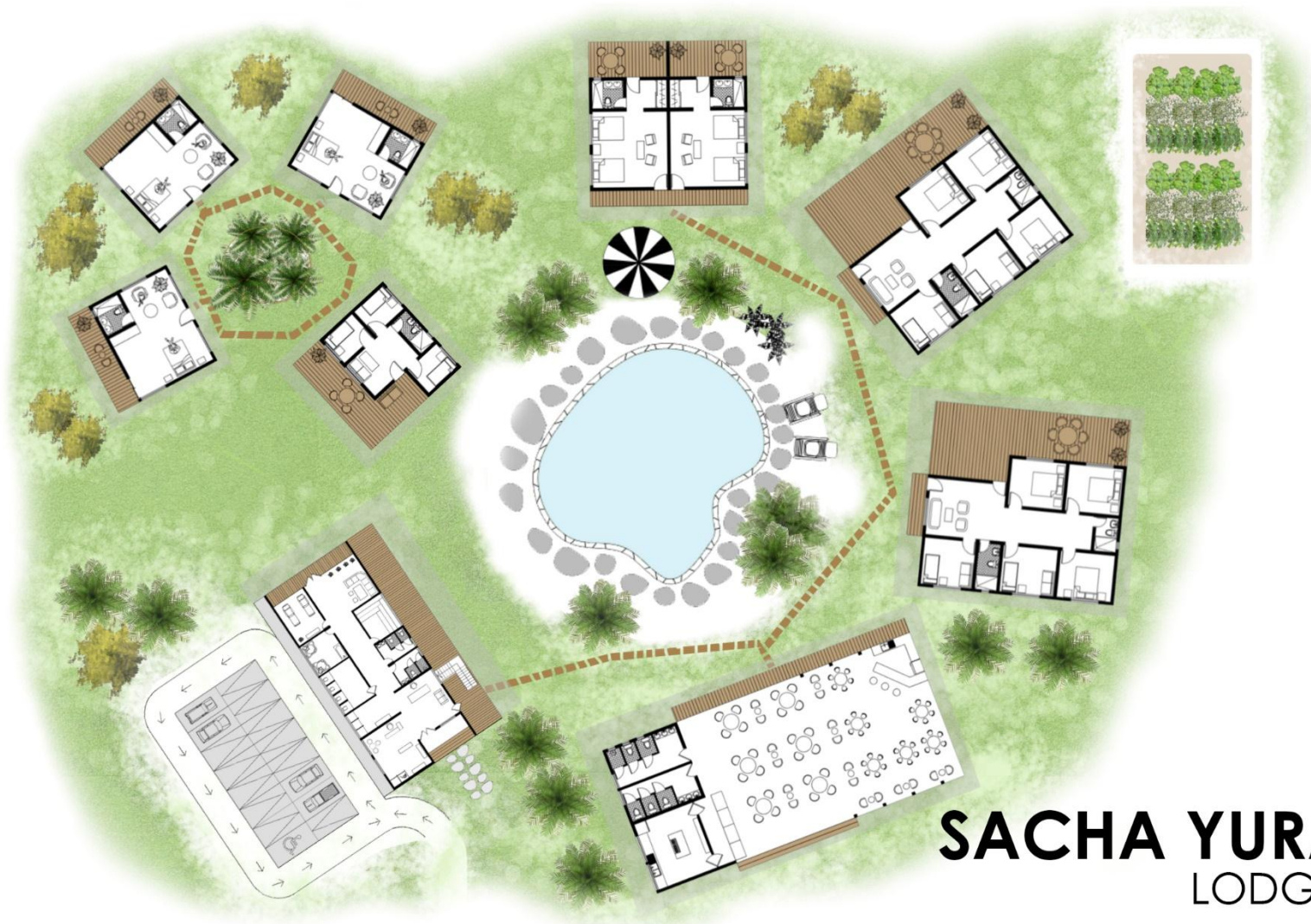


Ilustración 19 Vista aérea del lodge
Fuente: La autora

5.3.3. Requerimientos por áreas.

RECEPCIÓN

Tabla 9

Requerimiento recepción

Cantidad	Detalle
1	Mostrador
1	Central Telefónica
1	Timbre Campana
1	Computadora
1	Datafast
1	Basurero
1	Sistema de facturación

RESTAURANTE Y BAR

Tabla 10

Requerimientos restaurante y bar

Cantidad	Detalle
1	Cocina Industrial
1	Congelador
1	Campana extractor
1	Vitrina Frigorífico
1	Microondas
2	Cafeteras
2	Licadoras
1	Batidora
1	Balanza
1	Extractor
1	Procesador
30	cucharas soperas
30	cucharas postres
30	cuchillos
30	tenedores
30	platos base
30	platos sopa
30	platos postres
30	platos 8"

30	vasos Turín
30	tazas
8	jarras
30	vasos shots
20	vasos rostock
20	copas margarita
20	copas Martini
20	copas vino
25	vasos cervecedores
6	jarras
6	bandejas para servir
3	sartenes
2	sartenes wok
2	Juegos de ollas
4	coladores
1	juego de cuchillos
3	tablas de picar
2	ralladores
3	pinzas
3	cucharones
2	ollas presión
4	batidores de alambre
6	maceteros
8	bowl
2	Dispensadores de gel y jabón
2	fregadero lavaplatos
3	focos cocina
2	tanque de gas
2	Cocteleras
1	tabla de picar
2	cuchillos
1	escarchador
4	tablas para copa de vino
1	cava de vino
2	sacacorchos
2	destapadores

2	basureros
6	mesas
30	sillas
3	sillas bebé
1	mostrador
1	barra
5	sillas barra
4	sofás
4	mesas
1	micrófono
1	parlantes

HABITACIONES

Tabla 11
Requerimiento habitaciones

Cantidad	Detalle
3	Colchón King
3	Camas King
3	Colchón Queen
3	Camas Queen
10	Camas plaza y media
12	Colchón plaza y media
2	Literas
18	Protectores de colchón
36	Sábanas
36	Cobijas
36	Cubrecamas
72	Almohadas
10	Tapetes
18	Toldos
10	cortinas
36	Toallas
10	Maceteros
10	Juegos de baño
10	espejos
10	Duchas
10	Dispensadores de gel y jabón

20	Focos
10	Veladores
10	Basureros
20	Lámparas colgantes

SPA Y YOGA

Tabla 12
Requerimiento spa y yoga

Cantidad	Detalle
2	Camilla Facial Y Corporal
2	Mesas
2	Repisas
8	Batas
8	Toallas
4	Tapetes
8	Maceteros
15	Frascos
10	Esterillas De Yoga
2	Lámparas
2	Focos

TIENDA DE ARTESANIAS

Tabla 13
Requerimiento tienda de artesanías

Cantidad	Detalle
2	Repisas
6	Estanterías De Madera
6	Repisas Colgantes
2	Lámparas
2	Focos

BODEGA

Tabla 14
Requerimiento bodega

Cantidad	Detalle
5	Anaqueles de 6x4
4	Focos

5.4. Inversiones y capital de trabajo

5.4.1. Obra civil necesaria.

El emprendimiento a realizarse ocupará un espacio físico de 2 000m², con 10 habitaciones para huéspedes, restaurante y bar al aire libre, área de spa y yoga, estacionamiento para 20 vehículos livianos y 1 autobús, contará también con áreas verdes. Ofrecerá los servicios necesarios para cumplir la demanda del mercado con respecto al confort, seguridad, funcionamiento y sustentabilidad.

Para el funcionamiento del proyecto se considerarán cinco fases las cuales se detallan a continuación:

Fase de planificación y diseño (Fase Actual)

En esta fase se tiene definida la planificación, el alcance, el equipo de trabajo y el diseño completo del *lodge*. A través de herramientas de planificación como Microsoft Project para ordenar las actividades en el calendario de la manera más optima.

Fase de limpieza y desbroce del terreno.

Corresponde a: cortar, desenraizar y retirar del sitio los árboles, arbustos y hierbas que se encuentran dentro del área de construcción. Toda la materia vegetal proveniente del desbroce deberá colocarse en zonas destinadas tomando las precauciones necesarias. El desbroce se medirá tomando en cuenta los planos, se utilizará una motosierra y una guadaña.

Fase de movimiento de suelo, excavación y fundiciones.

El proyecto ejecutará una metodología en donde se adaptarán medidas de prevención de impactos al ambiente. Inicialmente se verificará el levantamiento topográfico existente luego de comprobar la limpieza total del terreno. Esta fase es una de las más importantes, el comportamiento del terreno es decisivo en la funcionalidad de la cimentación. La elección del tipo de cimiento depende de varios

factores del terreno además ninguna excavación puede efectuarse en presencia de agua.

Fase de construcción, equipamiento y montaje.

Este proyecto tiene diseñado la construcción de un edificio para servicio de hotelería, con una superficie de 2000 m² en un predio con una superficie de 4500 m². El encargado de velar por el cumplimiento de la obra será el director de obra y el coordinador de seguridad y salud quien verificará el cumplimiento de las medidas de seguridad en obra. Con los cimientos ya repartidos el siguiente paso es montar la estructura, la instalación de revestimientos, el techo, las puertas y ventanas. La siguiente etapa comprende la instalación de servicios de fontanería y electricidad, es decir tuberías de agua y residuos, sifones, artefactos sanitarios, cableado eléctrico, acometidas, puntos de iluminación, instalación telefónica, videovigilancia, instalaciones de gas, protección contra incendios y sistema de alarma.

5.4.2. Maquinaria y equipos.

- Retroexcavadora
- Motoniveladora
- Volquetas
- Montacarga
- Taladro Manual
- Amoladora
- Generador Eléctrico
- Hormigonera o mezcladora
- Placa compactadora
- Torres de iluminación
- Motosierra

5.4.3. Capital de trabajo.

A continuación, se detallan los recursos necesarios para el funcionamiento del *lodge*.

Personal necesario

Tabla 15
Personal requerido

N°	PERSONAL	SUELDO
1	Administrador	\$800,00
1	Asistente Contable	\$500,00
1	Botón	\$400,00
1	Recepcionista	\$600,00
1	Camarera de pisos	\$400,00
1	Mantenimiento	\$400,00
1	Bartender	\$400,00
1	Jefe de cocina	\$600,00
1	Auxiliar de cocina	\$400,00
2	Meseros	\$800,00
2	Terapista	\$800,00
SUELDOS		\$6.100,00

Materia prima requerida

Tabla 16
Materia prima requerida para el funcionamiento

Impuestos hoteleros para funcionamiento

Licencia anual de funcionamiento turístico	\$80,00
Permiso funcionamiento turístico	\$15,00
Impuesto adicional bomberos	\$26,70
Contribución especial de mejoras	\$35,88
Tasa de seguridad ciudadana	\$9,99
Patente municipal	\$10,00
Permiso funcionamiento ministerio de salud	\$10,90

Permiso uso de suelo	\$200,00
Plan de contingencia	\$180,00
Servicios básicos	
Energía eléctrica	\$420,00
Agua potable	\$180,00
Servicio telefónico	\$150,00
Servicio de internet	\$225,00
Servicio de clave	\$60,00
Vigilancia	\$102,00
Gas	\$14,00
Transporte	\$450,00
Publicidad	\$1.500,00
Útiles de aseo	
Shampoo	\$35,00
Acondicionador	\$35,00
Jabón	\$35,00
Gel antibacterial	\$50,00
alcohol antiséptico	\$45,00
Papel higiénico	\$40,00
Materiales de aseo y limpieza	
Cloro	\$30,00
Desinfectante	\$30,00
Ambientales con difusor	\$26,00
Desengrasante lavador	\$15,00
Detergente caneca	\$65,00
Esponjas vajillas	\$5,00

Fósforos	\$2,00
Fundas industriales 100uni	\$48,00
Fundas para baño	\$25,00
Guantes cocina	\$12,00
Suavizante	\$25,00
Viledas	\$48,00
Sacamanchas	\$32,00

Insumos constructivos: materiales relacionados con la construcción como: varillas, cemento, cal, madera, ladrillos, bloques, andamios.

Materiales eléctricos: Tiene que ver con los equipamientos de electricidad y de mantenimiento como: interruptores, iluminaciones led, tableros, cables, cajas.

Materiales sanitarios: Se refiere a los equipamientos sanitarios como: accesorios sanitarios, tubos de desagüe, grifos.

5.4.4. Total de inversión.

Para la puesta en marcha del establecimiento turístico se tiene una inversión total de \$130.149.00 de lo cual el capital propio es de \$47.000.00 y un financiamiento de \$83.149.00 con un interés del 11.30% dando como resultado el costo de capital de inversión del 9.75%

5.4.5. Plan de financiación.

La empresa *Sacha Yura* se pondrá en marcha con una inversión de \$130.149.00 dólares americanos correspondiente a los activos, de los que se desglosan \$20.500.00 para los activos circulantes, y un total de \$109.649 para activos fijos. Como pasivo se tiene \$83.149 que corresponde al crédito financiero obtenido en la entidad financiera Banco Pichincha con una tasa de interés del 11.30% extendido a 60 meses plazo cuya cuota de pago mensual es de \$1820.88 y el capital asciende a \$47.000.00 correspondiente al terreno y al capital social.

5.5. Estructura organizativa y administrativa

5.5.1. Misión.

Sancha Yura *Lodge & Spa* es un emprendimiento sucumbiense que busca fomentar el rescate de la identidad del pueblo Kichwa Amazónico a través de la prestación de servicios turísticos de calidad como alojamiento, restauración, actividades de esparcimiento y relax dentro de la Amazonía Ecuatoriana.

5.5.2. Visión.

Para el año 2025 ser un referente del hotelería temático ecológica en Ecuador que asegura la responsabilidad social y logra los estándares de calidad requeridos, a través de un proceso de mejora continua de las instalaciones y sobre todo del personal.

5.5.3. Políticas

Al reservar con *Sacha Yura Lodge & Spa* usted está sujeto a las políticas del hotel que corresponden a las siguientes:

Tarifas y pagos realizados

- Todas las tarifas o precios se encuentran en dólares americanos y están calculados tanto para temporada alta y como temporada baja.
- Todas nuestras tarifas o precios incluyen impuestos.
- Las tarifas o precios incluyen desayuno.
- Las tarifas no incluyen otros cargos adicionales en los que puede incurrir durante su estadía.

Condiciones de pago y cancelación de reservas

- Se solicita el depósito de la primera noche al momento de realizar la reserva.
- Para reservas con tarjeta de crédito los datos serán solicitados al momento de su reserva, pero el cargo a la tarjeta se efectuara 25 días antes del *check in*.

- Se permitirá un cambio de fecha sin costo adicional, cuando se solicite al menos 20 días antes del check in únicamente para reservaciones en temporada baja.
- Si usted no realiza *check in* en *Sacha Yura* el primer día de su fecha reservada, el costo será cobrado en su totalidad sin devolución.
- Las reservaciones de grupo están sujetas a diferentes términos y condiciones.

Check In / Check Out

- La habitación estará disponible desde las 3:00pm el día de su llegada.
- La hora de salida será a las 12:00pm el día de su partida.

Tours / Excursiones

- Cualquier excursión o *tour* realizado durante la estadía en *Sacha Yura*, está dispuesto a términos y condiciones.

Quejas o reclamos

- Deberán hacerse en primera instancia con el administrador, en el momento de su estadía para que pueda ser resuelto de inmediato.

Generales

- No se permite el acceso de personas no registradas a las habitaciones.
- El hotel se reserva el derecho de admisión.
- No se permite el hospedaje a menores de 18 años, a menos que estén debidamente acompañados por los padres o responsables legales.
- *Sacha Yura* se adhiere a los más altos estándares de prácticas éticas y se dedica a proteger la privacidad de los visitantes.

Mascotas

- Esta permito el ingreso de mascotas bajo términos y condiciones.

5.5.4. Valores.

- Calidad
- Honestidad
- Solidaridad
- Humanidad
- Respeto
- Calidez
- Flexibilidad
- Compromiso
- Actitud proactiva
- Trabajo en equipo

5.5.5. Imagen Corporativa



Ilustración 20 Imagen Corporativa
Fuente: La autora

5.5.6. Organigrama



Ilustración 21 Organigrama
Fuente: La autora

5.5.7. Manual de funciones

A continuación, se describe las funciones de cada miembro que labora en *Sacha Yura Lodge & Spa*:

Administrador. - Su principal trabajo, es hacer que el establecimiento sea rentable mediante la gestión eficaz de los problemas mediante una actitud positiva, paciente y agradable con el fin de que los clientes, tanto externos como internos, estén satisfechos. Además, planifica, dirige y coordinan todas las actividades del hotel, incluyendo la recepción, las reservas, los banquetes, el mantenimiento y la restauración, la evolución del personal, y las ventas y la comercialización del *lodge*.

Organigrama



Ilustración 22 Organigrama dirección del lodge
Fuente: La autora

Nivel de reporte

Reporta a: Gerente General

Supervisa a: personal de recepción, camarera, mantenimiento, chef y masajistas.

Relaciones funcionales

Internamente:

Todas las áreas del *Lodge*.

Externamente:

Clientes y proveedores

Director de contabilidad. - Responsable de la contabilización y cierre mensual de Estados Financieros, del análisis y control contable de las operaciones del *Lodge*. Maneja las relaciones con auditores externos y a los organismos de fiscalización y control. Puede supervisar varios departamentos o secciones. Reporta al máximo responsable del área. Supervisa la correcta gestión de la tesorería, asegurando el correcto control, contabilización y administración.

Organigrama



Ilustración 23 Organigrama Contabilidad y Finanzas
Fuente: La autora

Nivel de reporte

Reporta a: Administrador

Relaciones funcionales

Internamente:

Todas las áreas del *Lodge*.

Recepcionista. - Es responsable de la planeación, ejecución, desarrollo y mantenimiento de un servicio de excelencia al cliente. Recibe y atiende a los huéspedes conforme a los estándares de excelencia que posee el *Lodge*.

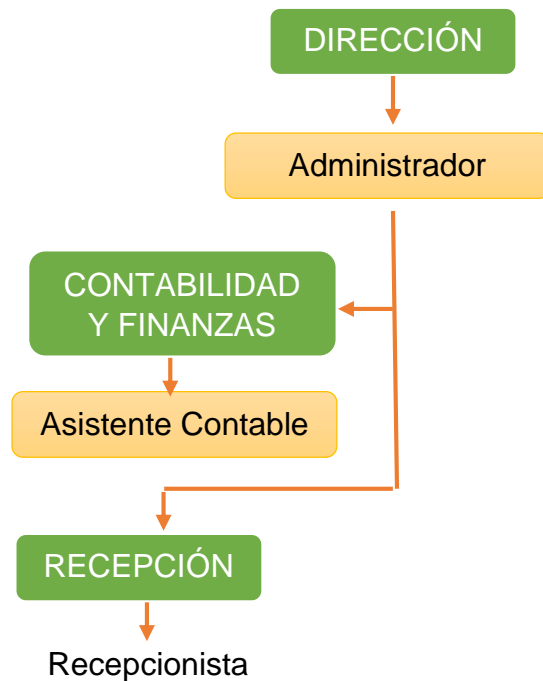


Ilustración 24 Organigrama Recepción
Fuente: La autora

Nivel de reporte

Reporta a: Administrador

Supervisa a: botón

Relaciones funcionales

Internamente:

Todas las áreas del *Lodge*.

Externamente: Clientes y proveedores

Botones. – proporcionar atención a los huéspedes del Hotel, deberá recibirlos y llevar su equipaje a las habitaciones brindando un servicio de calidad. Además, prepara y chequea los materiales del día de cada turno, lleva mensajes a la habitación del huésped.

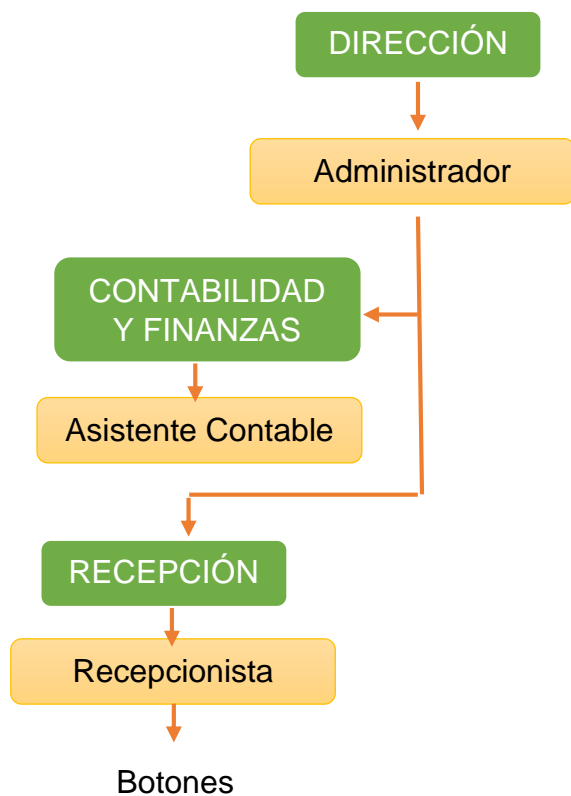


Ilustración 25 Organigrama Botones
Fuente: La autora

Nivel de reporte

Reporta a: Administrador

Relaciones funcionales

Internamente:

Todas las áreas del *Lodge*.

Externamente:

Clientes

Camarera. – tiene como función principal la limpieza de las habitaciones además de ordenar, cuidar y mantener en perfecto estado los bienes de las habitaciones, dotar de suministros a las habitaciones es decir los elementos de aseo o presentes.

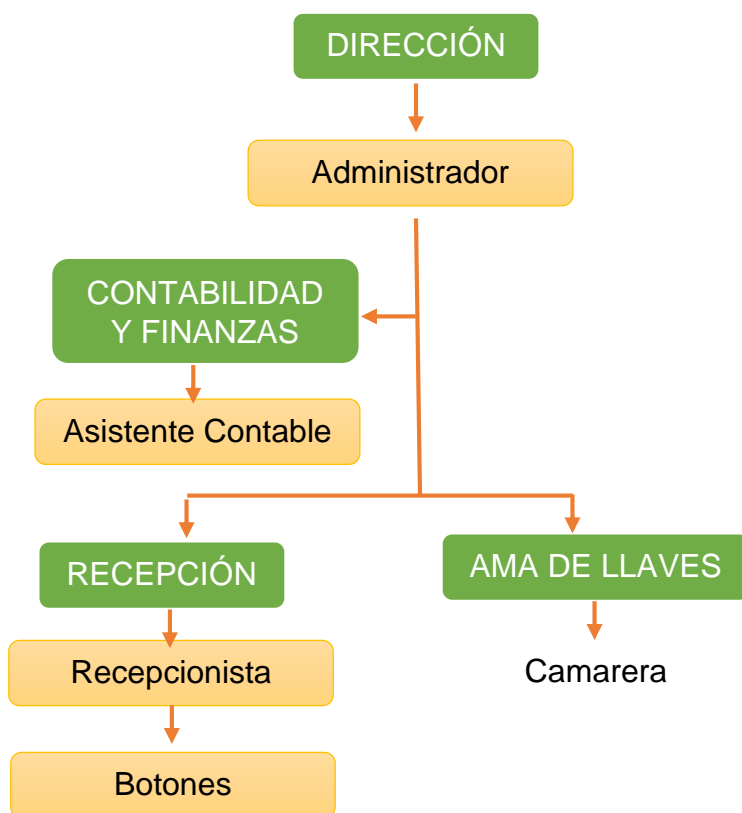


Ilustración 26 Organigrama Ama de llaves
Fuente: La autora

Nivel de reporte

Reporta a: Recepcionista y administrador

Relaciones funcionales

Internamente:

Todas las áreas del *Lodge*.

Mantenimiento. - el personal de mantenimiento se encarga del buen funcionamiento de las máquinas y sistemas del *lodge*, informa a los demás miembros sobre el uso de máquinas, además es capaz de resolver problemas de electricidad y fontanería dentro del establecimiento.

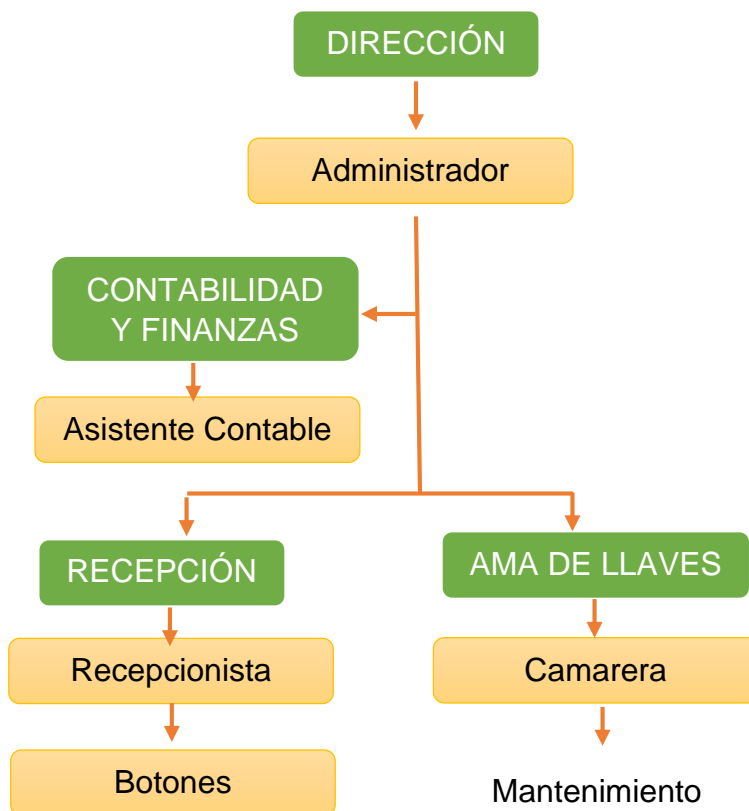


Ilustración 27 Organigrama mantenimiento
Fuente: La autora

Nivel de reporte

Reporta a: Recepcionista y administrador

Relaciones funcionales

Internamente:

Todas las áreas del *Lodge*.

Chef. - Responsable de la planificación y producción de alimentos, maneja presupuesto, inspecciona y verifica suministros del área, así como un inventario para abastecimiento de insumos.

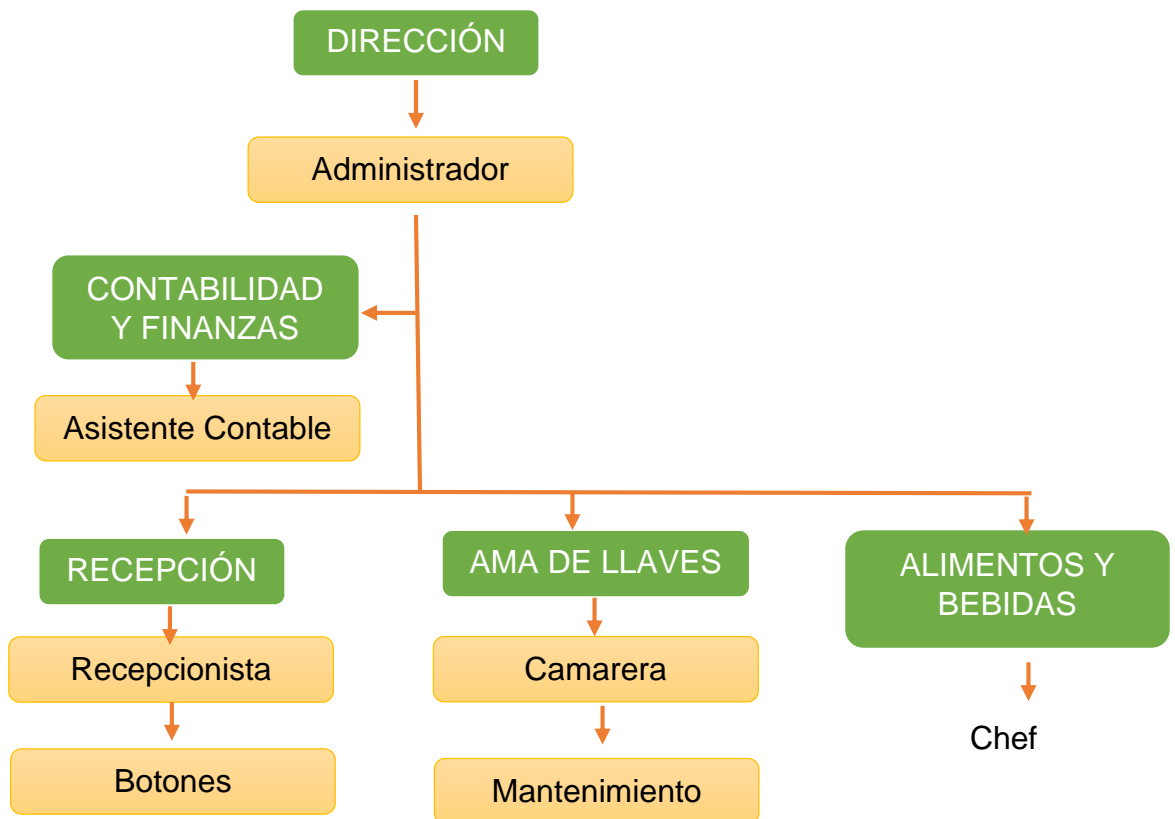


Ilustración 28 Organigrama Chef
Fuente: La autora

Nivel de reporte

Reporta a: Administrador

Supervisa a: Asistente de cocina y meseros.

Relaciones funcionales

Internamente:

Área de alimentos y bebidas.

Asistente de cocina. – Su tarea principal es que la ejecución de los platos sea de forma ordenada y lo más rápida, además de realizar mise en place, pesar alimentos, limpiar y ordenar la cocina, guardar alimentos, gestionar los pedidos.

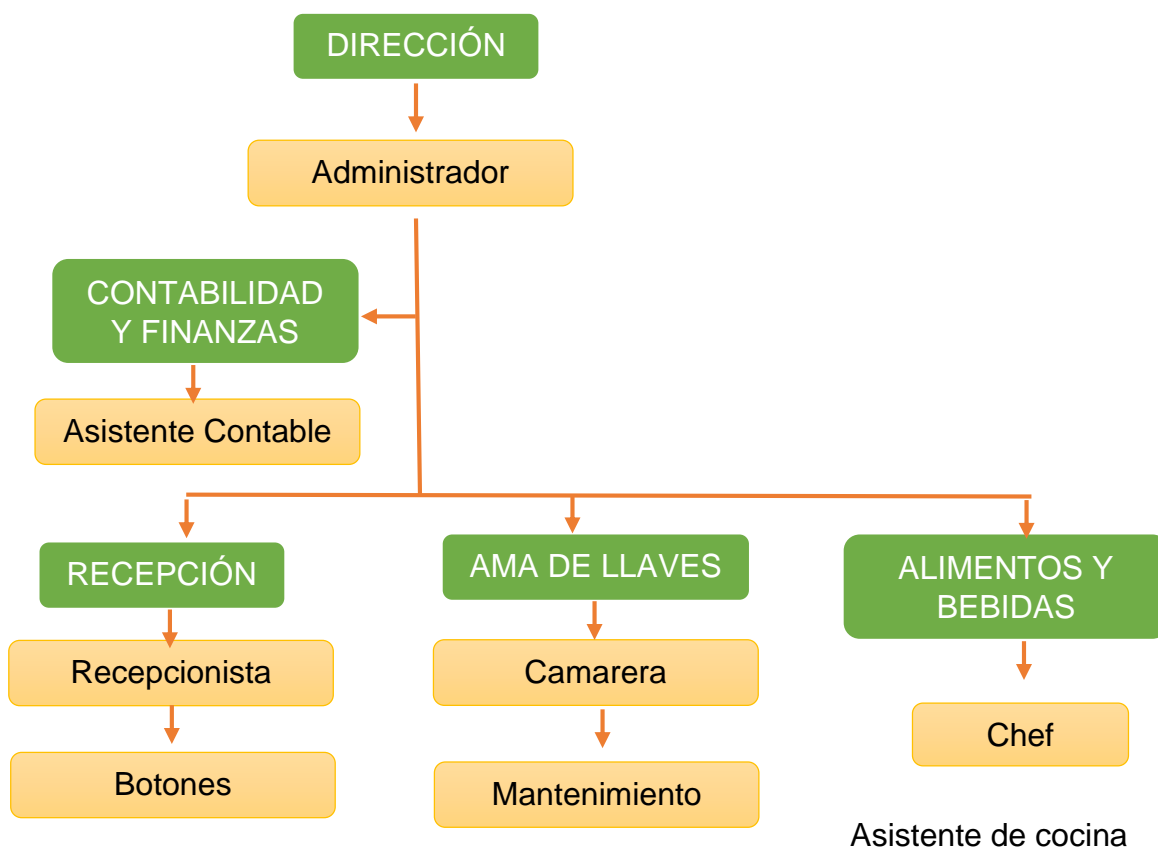


Ilustración 29 Organigrama asistente de cocina
Fuente: La autora

Nivel de reporte

Reporta a: Chef

Supervisa a: Meseros

Relaciones funcionales

Internamente:

Área de alimentos y bebidas.

Mesero. - es quien contribuye a la imagen del restaurante y del *lodge*, es capaz de recomendar platillos, atiende y lidia con los reclamos de los clientes, es idóneo para anticiparse a las necesidades de los clientes creando un trato personalizado.

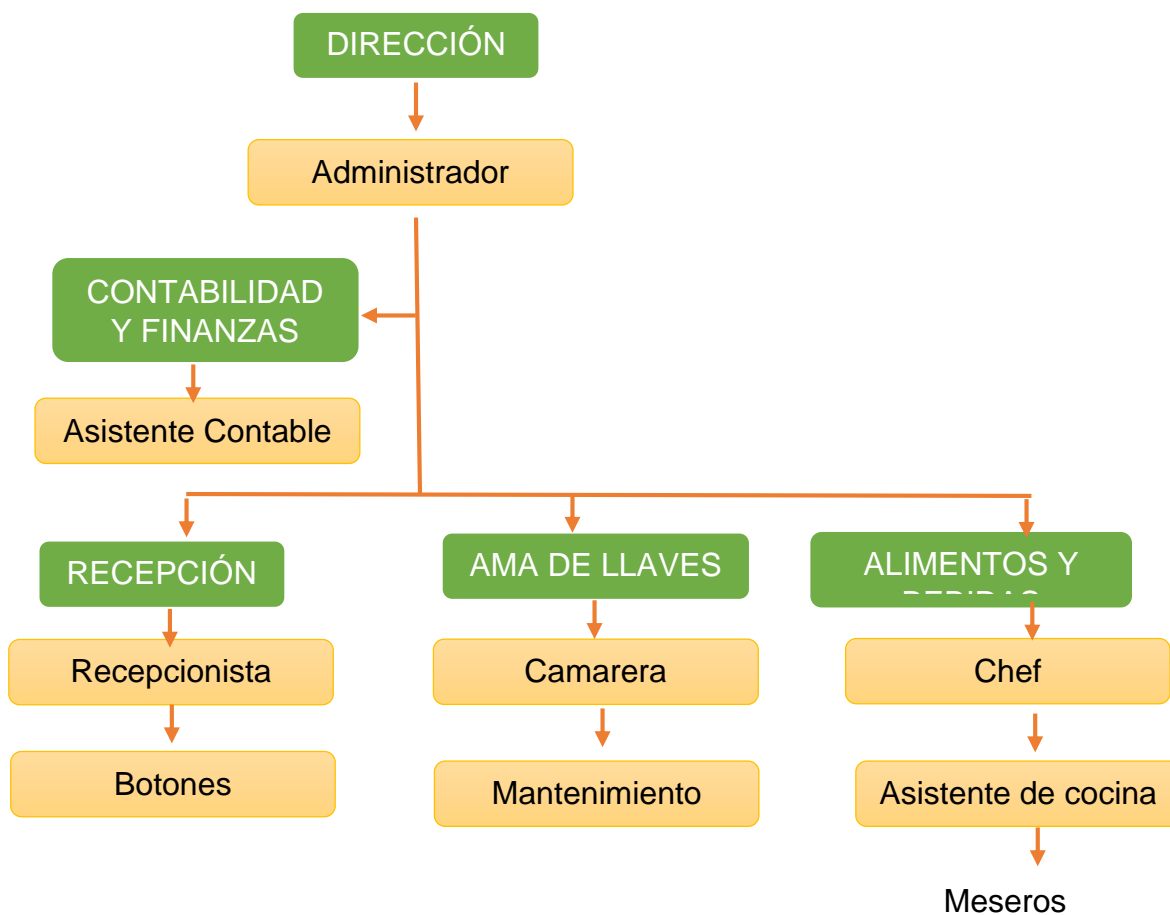


Ilustración 30 Organigrama meseros
Fuente: La autora

Nivel de reporte

Reporta a: Asistente de cocina

Relaciones funcionales

Internamente:

Área de alimentos y bebidas.

Externamente:

Clientes

Masajista. - especialista en realizar tratamientos y técnicas hidrotermales, faciales y corporales. Enfocados a obtener tranquilidad, armonía y relajación de los huéspedes.

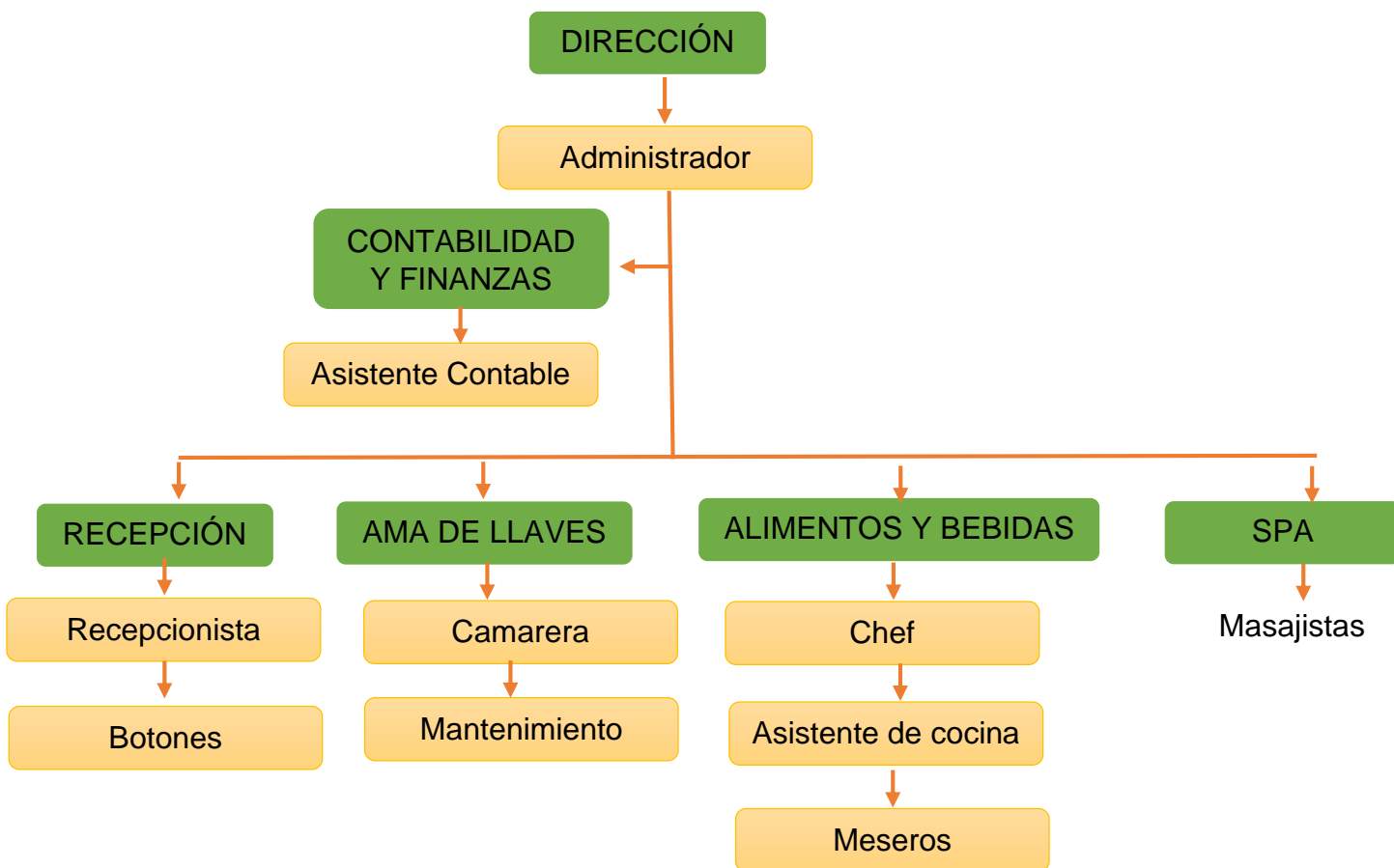


Ilustración 31 Organigrama masajista
Fuente: La autora

Nivel de reporte

Reporta a: Administrador y recepcionista.

Relaciones funcionales

Internamente:

Área de Spa

Externamente:

Clientes

5.5.8 Flujograma de actividades

Sacha Yura tiene como actividades principales: alojamiento, restauración y relajación para lo cual a continuación se realizan los flujogramas que representan estos procesos.

Check In

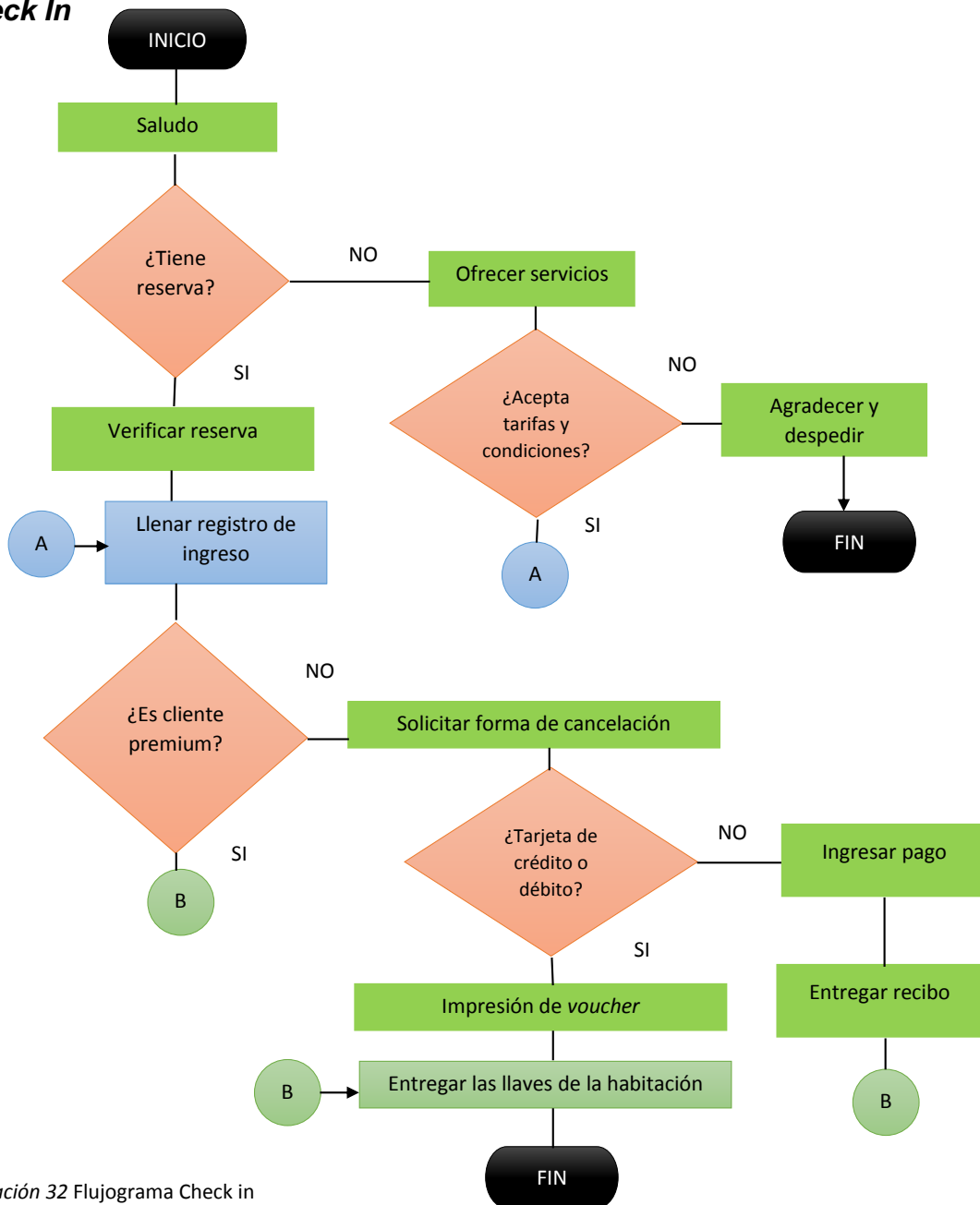


Ilustración 32 Flujograma Check in
Fuente: La autora

Check Out

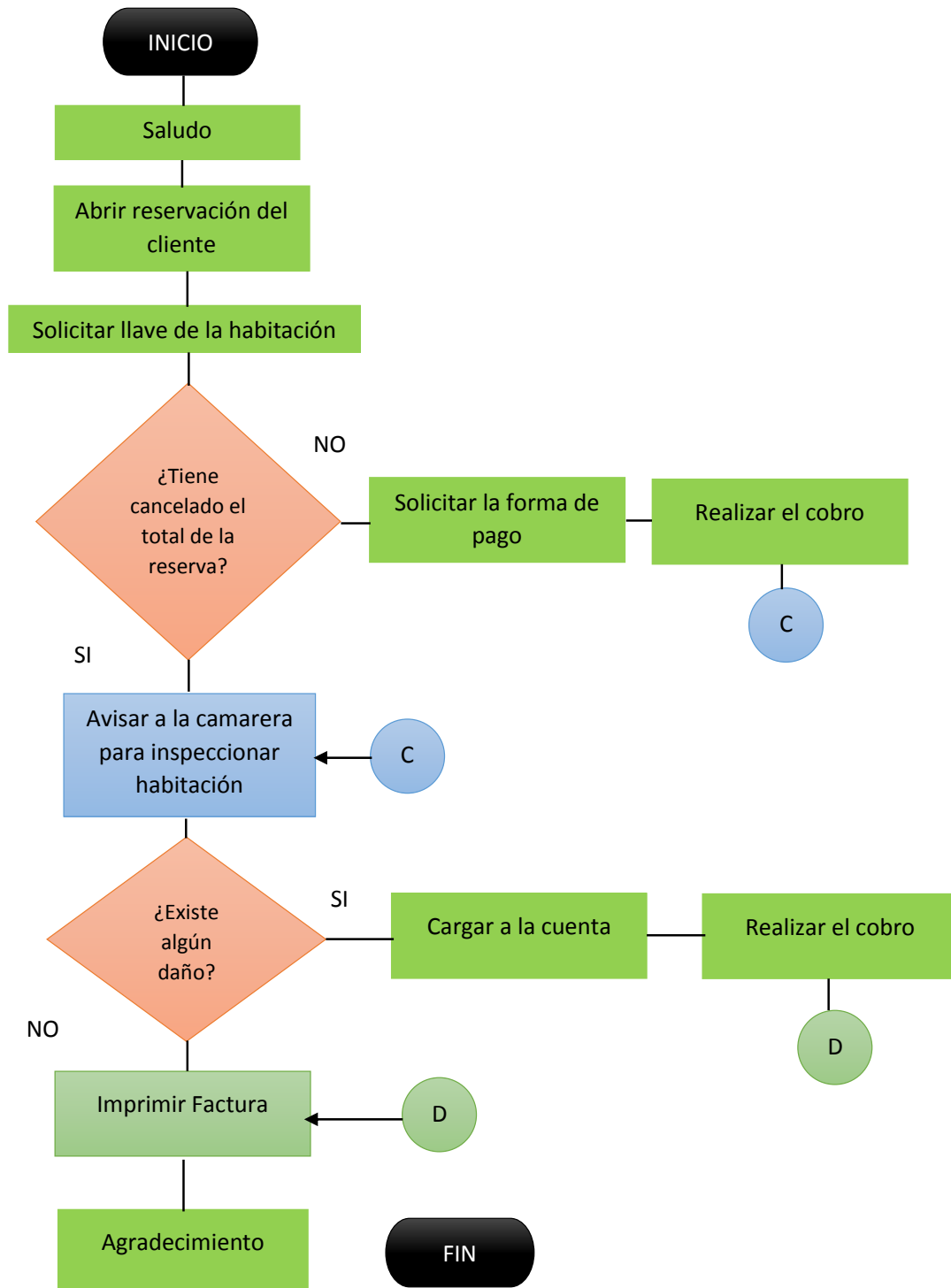


Ilustración 33 Flujograma Check out
Fuente: La autora

Camarera de pisos

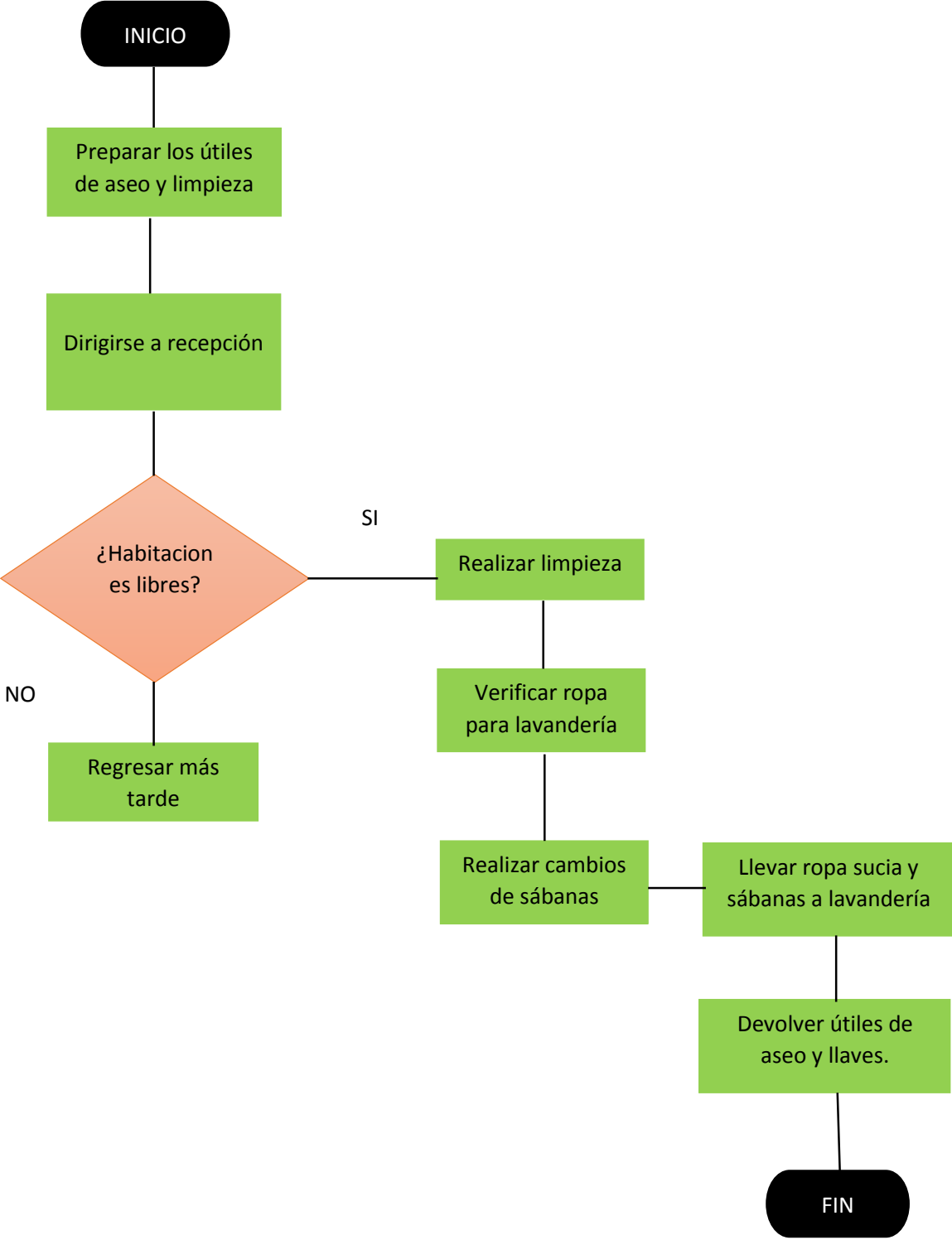


Ilustración 34 Flujograma recepcionista
Fuente: La autora

Mantenimiento

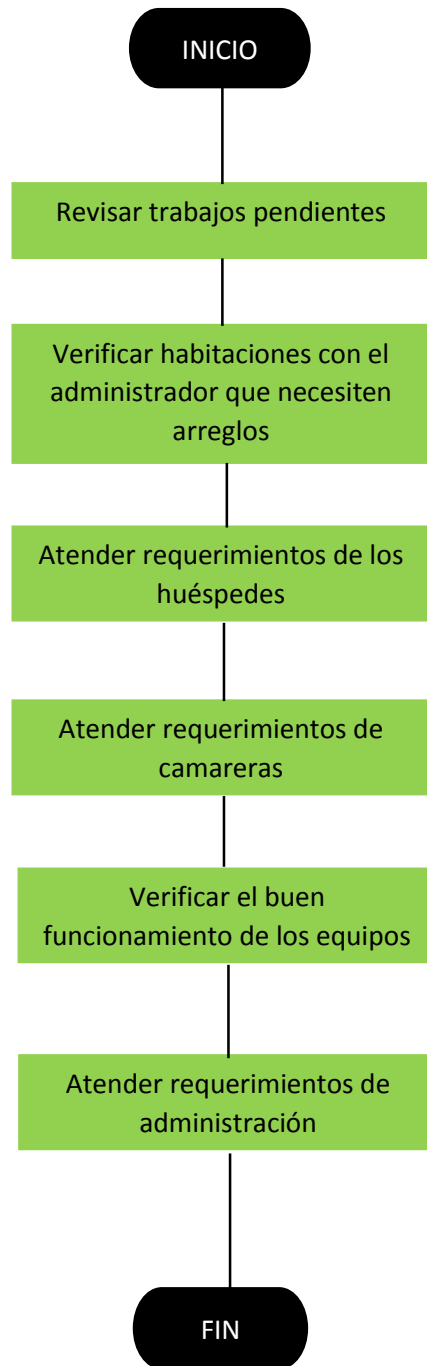


Ilustración 35 Flujograma mantenimiento
Fuente: La autora

Restauración

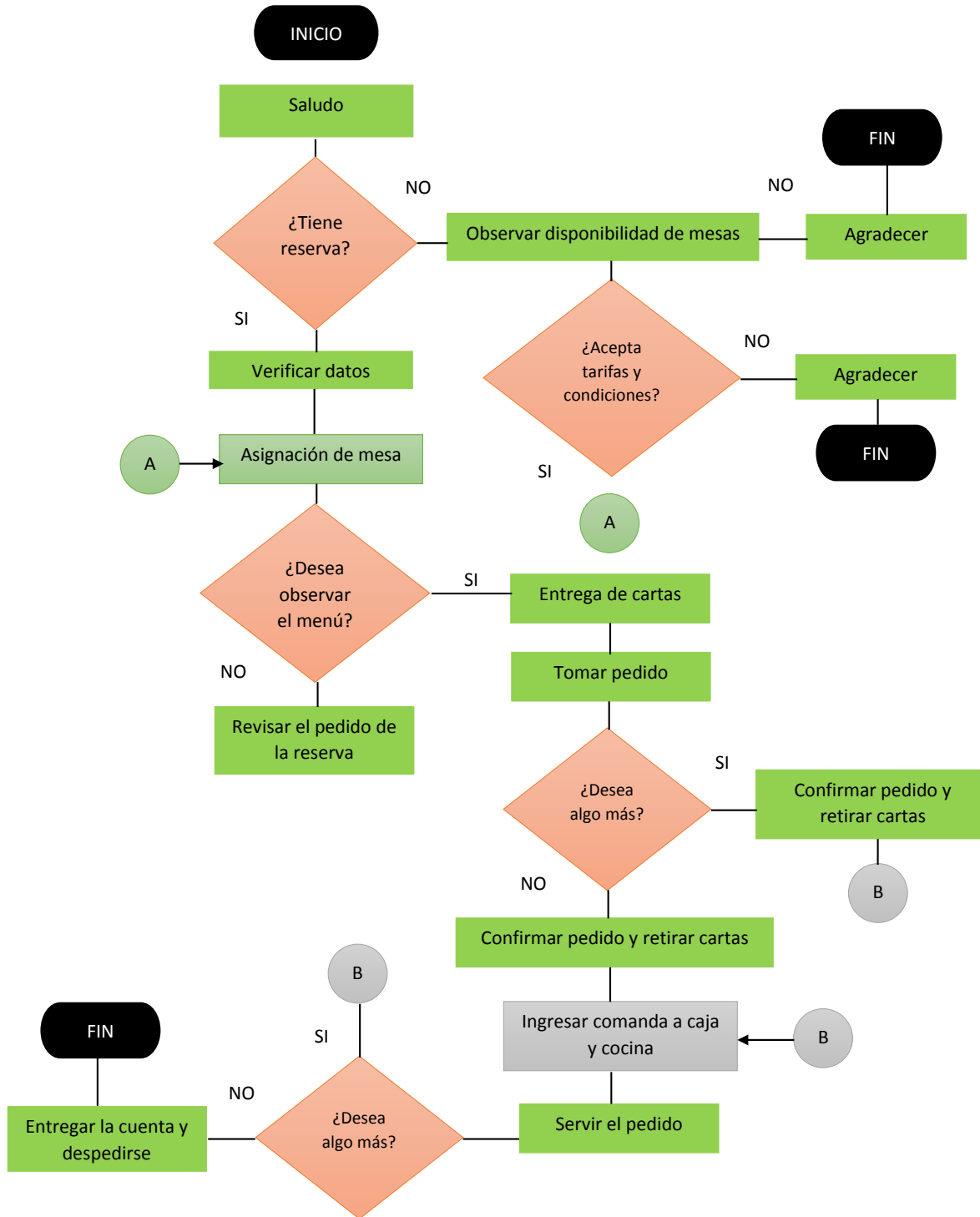


Ilustración 36 Flujograma Restaurante
Fuente: La autora

Sesiones de Spa

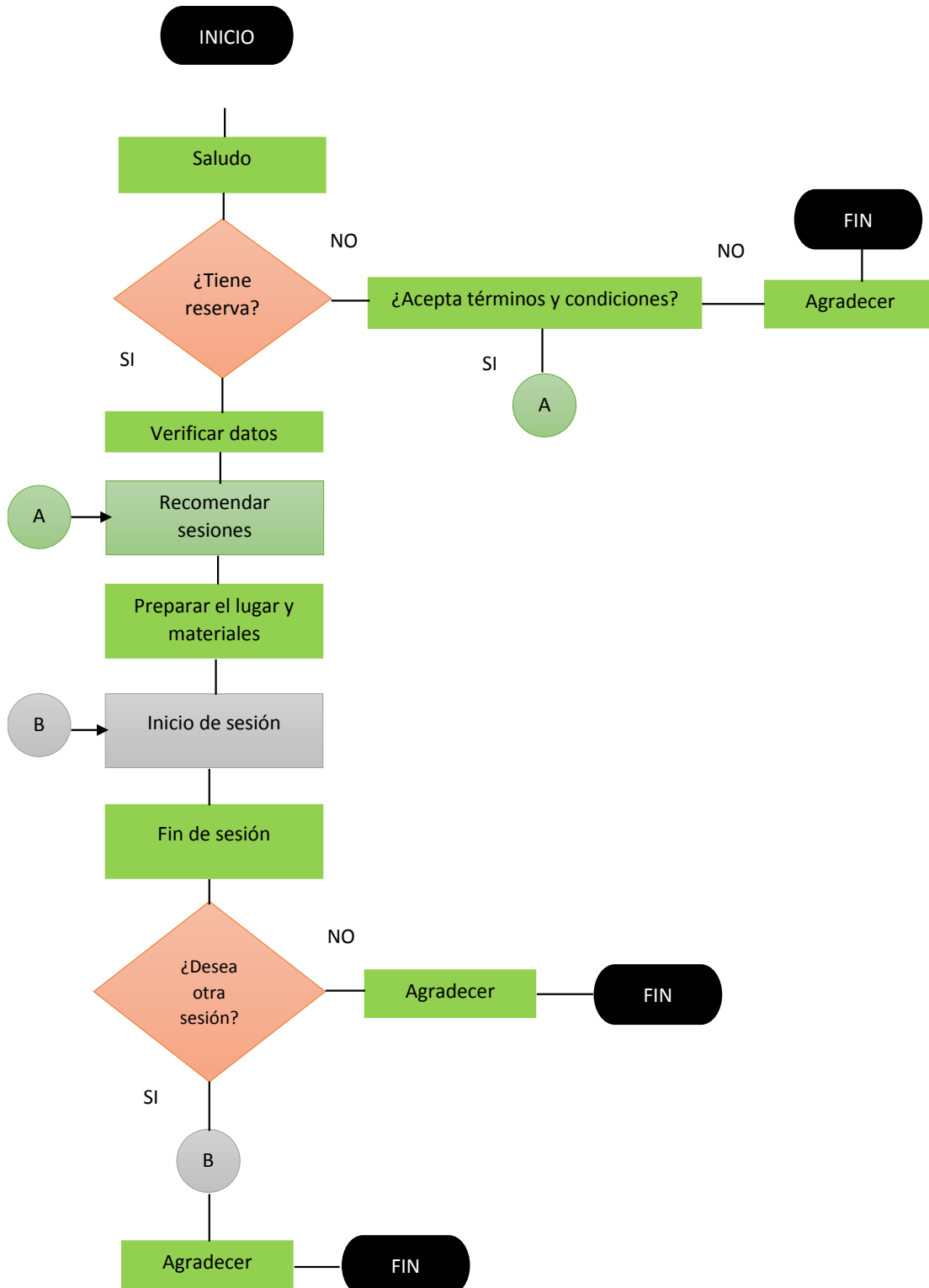


Ilustración 37 Flujograma Spa
Fuente: La autora

5.5.9 Descripción del diagrama de flujo

Check In

La recepcionista realiza el *check in* el instante que el cliente ingresa al *lodge*, lo primero que se debe realizar es saludar y ofrecer la bebida de bienvenida, en el caso de ser un cliente premium reconocerlo y nombrarlo por su apellido. Si el cliente no tiene reserva se debe ofrecer el servicio siempre dejando en claro los términos y condiciones, si el cliente no acepta la tarifa se agradece por haber visitado el *lodge* y ofrecerle el servicio para una próxima ocasión. Si el cliente acepta la tarifa, se llena el registro y se solicita información acerca de la forma de pago, si es esta en efectivo se ingresa el pago y se entrega el recibo, pero si es con tarjeta de crédito o débito se realiza el cobro posteriormente la impresión del *voucher*.

Posteriormente se entregan las llaves de la habitación y el recepcionista brinda información correspondiente a todos los servicios que el *lodge* le puede ofrecer. Si el cliente tiene reserva, el recepcionista debe verificar la información de la persona a hospedarse, entregar el registro al huésped para confirmar sus datos. En el caso de ser un cliente premium automáticamente se entregan las llaves de la habitación. Finalmente, el botón se dirige con los huéspedes hacia las habitaciones correctas.

Check Out

Comprende el proceso de salida de los huéspedes, inicia cuando la reservación ha llegado a concluirse. Los huéspedes se dirigen a recepción y el recepcionista saluda y confirma el número de la habitación en la cual se hospedaron y se solicitan las llaves de la habitación. Si el cliente no tiene cancelado el total de su reserva se requiere la forma de pago y se realiza el cobro. Posteriormente se informa a la camarera que inspeccione la habitación, si existe algún daño o desperfecto se carga a la cuenta del huésped y se realiza el pago. Si no se encuentra ningún daño se realiza la factura con los datos mencionados por el cliente se consulta el grado de satisfacción de su estadía dentro del *lodge* y se agradece por la preferencia.

Camarera de pisos

El trabajo de la camarera de piso empieza antes de la ocupación de las habitaciones ya que es quien se asegura de la limpieza y orden de las mismas. Primero prepara útiles de aseo y limpieza necesarios, se dirige a la recepción para conocer que habitaciones necesitan el servicio y solicita las llaves. Si no se encuentran habitaciones disponibles regresa más tarde, si por el contrario si existe se realiza la limpieza, verificando ropa necesaria para lavandería, se realizan cambios de sábanas y toallas, se retiran fundas de basura y se realiza limpieza del baño y pisos. A continuación, se etiqueta la ropa para el envío a lavandería, ingresan en proceso de lavado las prendas seleccionadas, se devuelven útiles de aseo y las llaves de las habitaciones a recepción.

Mantenimiento

Al inicio del turno el personal de mantenimiento se dirige a recepción, quien brinda el número de las habitaciones que se encuentran libres para que se proceda con la inspección diaria, en cuanto a pintura, buen estado de artefactos, luces, grifería y paredes.

Si es el caso de que existen huéspedes que requieren del servicio de mantenimiento se realiza avisos al personal para que pueda solucionar el problema. Periódicamente tiene también a su cargo la responsabilidad de dar mantenimiento a jardines y espacios verdes del *lodge*.

Restauración

Los meseros son quienes están a cargo en este servicio, al momento de llegar un cliente el mesero brinda una bienvenida y consulta si existe reservación, si existe una reserva se verifican los datos y se asigna una mesa. Si el cliente no tiene reservación se observa disponibilidad de mesas y se comunica las tarifas y condiciones dentro del restaurante para posterior asignar una mesa. A continuación, se entregan las cartas y se ofrecen platos especiales del día, se toma el pedido y se confirma los productos para luego retirar las cartas ingresar la comanda a caja y

a cocina, se entrega el pedido a la mesa, si desea algo más volvemos a ingresar comandas, si por el contrario esta todo lo necesario se entrega la cuenta al cliente.

Sesiones de Spa

El servicio inicia con la bienvenida, se verifica si existe alguna reservación y se recomiendan las sesiones de Spa, si no tiene reservación se comenta los términos y condiciones del servicio y se recomienda las sesiones de Spa. Cuando el cliente elige su sesión se prepara el lugar y los materiales necesarios para la sesión.

5.6. Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual

Sacha Yura será constituida como una Compañía Anónima con dos accionistas quienes aportarán con cincuenta por ciento del capital para lo cual a continuación se detallan los pasos.

- Constatar que en la Superintendencia de Compañías no existe ninguna empresa con el mismo nombre.
- Realizar el contrato social previamente validado por un abogado.
- Apertura de la cuenta de integración de capital en BanEcuador B.P.
 - Reserva de dominio
 - Cedula de identidad/ pasaporte
 - Dinero en efectivo/ cheque
- Elevar a escritura pública.
- Aprobación de los estatutos.
 - Solicitud de aprobación de estatutos al ministerio de trabajo.
 - Acta constitutiva.
 - Proyecto de estatuto.
 - Nómina de la directiva provisional.
 - Nómina de socios que constituyen la organización laboral.
- Publicar la resolución en un diario de circulación nacional.
- Obtención de permisos municipales como:

- Registro de actividad turística.
- Licencia de funcionamiento turístico
- Permiso sanitario
- Certificados de salud de los empleados
- Patente
- Rótulos y publicidad exterior
- Bomberos.
- Inscripción en el registro mercantil del cantón Gonzalo Pizarro.
 - Tres ejemplares originales de la escritura pública.
 - Reserva de denominación emitida por la Superintendencia de compañías.
 - Pago de la cuantía \$25.00
- Realizar la Junta General de Accionistas.
- Registrar el nombramiento del administrador de la empresa en el Registro Mercantil.
 - 3 ejemplares con firmas originales del nombramiento por cada uno de los cargos a inscribir.
 - Copia del acta de junta
- Obtención del RUC.
 - Cedula de identidad/ Certificado de votación
 - Documento para registrar el *lodge*
- Obtención de la carta para el banco.

Para el registro de *Sacha Yura* en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) se deben cumplir los siguientes pasos:

- Realizar una búsqueda fonética para constatar que no existe marcas idénticas o similares en el país.
- Ingresar al portal y completar las plantillas.
- Realizar los pagos correspondientes.
- Generación del comprobante.

CAPITULO VI

6. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING

6.1. Marca



Ilustración 38 Marca Sacha Yura
Fuente: La autora

Con la marca *Sacha Yura* se pretende visibilizar la identidad del pueblo Kichwa Amazónico del cantón Gonzalo Pizarro. *Sacha Yura* está formada por dos palabras esenciales dentro de la cosmovisión amazónica, la primera es *Sacha* la cual significa madre selva asociada a la madre naturaleza que dentro de la cultura Kichwa Amazónica es una diosa por lo tanto es una deidad, la madre selva es el resultado de la unión, cooperación y vida de árboles, el lugar sagrado para la comunidad y fuente de vida de animales y plantas, y la palabra *Yura*, que significa árbol un componente esencial para dar vitalidad a todo ser vivo, siendo este la fuente principal para proteger las comunidades indígenas amazónicas, el árbol del logo representa el árbol del *wituk*¹. La comunidad Kichwa se caracteriza por estar rodeada de árboles puesto que tiene relación directa con la selva. Por otra parte, la identidad Kichwa es la conexión cultural con las demás nacionalidades amazónicas y del mundo exterior. Por tanto, *Sacha Yura* representa una sincronía única entre el

¹ Es un árbol mitológico para la cultura Kichwa de la zona en estudio, de sus frutos extraen el tinte natural que es de color negro y utilizan para pintar su rostro y el cuerpo para la celebración de ritos sagrados.

complemento de selva y árbol el cual la conforma como un pilar fundamental para la formación de la vida y de las comunidades aledañas al *Lodge*.

Finalmente, la cromática verde del logo es el color de la naturaleza, representa la armonía y sobre todo un nuevo comienzo y crecimiento.

6.1.1. Señalética.

6.1.2. Letrero principal.



Ilustración 39 Letrero principal Sacha Yura
Fuente: La autora

6.1.3. Letrero de bienvenida.



Ilustración 40 Letrero de bienvenida
Fuente: La autora

6.1.4. Nombres de las habitaciones.



Ilustración 41 Nombre de las habitaciones
Fuente: La autora

6.1.5. Camisetas del personal.



Ilustración 42 Camisetas del personal
Fuente: La autora

6.1.6. Toallas de las habitaciones.



Ilustración 43 Toallas de las habitaciones
Fuente: La autora

6.1.7. Albornoz.



Ilustración 44 Albornoz
Fuente: La autora

6.1.8. Cubrecamas y almohadas.



*Ilustración 45 Cubrecamas
Fuente: La autora*

6.1.9. Hojas membretadas.



*Ilustración 46 Hojas membretadas
Fuente: La autora*

6.1.10. Menaje del restaurante.



Platos hondos



Jarros para bebidas calientes



Jarra y vasos para Guayusa



Salseros



Vajilla



Complementarios

*Ilustración 47 Menaje del restaurante
Fuente: La autora*

6.1.11. Señales de evacuación.



Ilustración 48 Señales de evacuación
Fuente: Google

6.1.12. Señales de advertencia y prohibición.



Ilustración 49 Señales de advertencia
Fuente: Google

6.1.13. Señales de obligación.



Ilustración 50 Señales de obligación
Fuente: Google

6.2. Canales de distribución

Conocer ciertamente los clientes es el principal reto de la comercialización online en el sector hotelero, ya que es de suma importancia estar al tanto de las necesidades de los clientes para ser satisfechas. Se pretende la venta a través de dos canales: directos e indirectos.

Dentro del canal indirecto existe la intervención de un intermediario para la compra del servicio, para lo cual se realizará a través de la plataforma *Trivago* y *Kayak* que mediante su metabuscador de hoteles a nivel mundial brinda las mejores opciones para la reservación. Al mismo tiempo con la Agencia Firentur líder en la ciudad de Quito. Con respecto al canal directo la intermediación entre el consumidor y el hotel no existe, siendo el propio hotel el canal de distribución. De esta forma el *lodge* podrá tener una visión más cercana del cliente para adaptarse a sus necesidades.

6.3. Publicidad

De acuerdo a los resultados arrojados en la investigación de mercados, los turistas respondieron que buscan información de su próximo destino y las actividades a realizar a través de internet, concretamente en redes sociales, es por ello que se plantea la creación de una página en *Facebook* e *Instagram*.

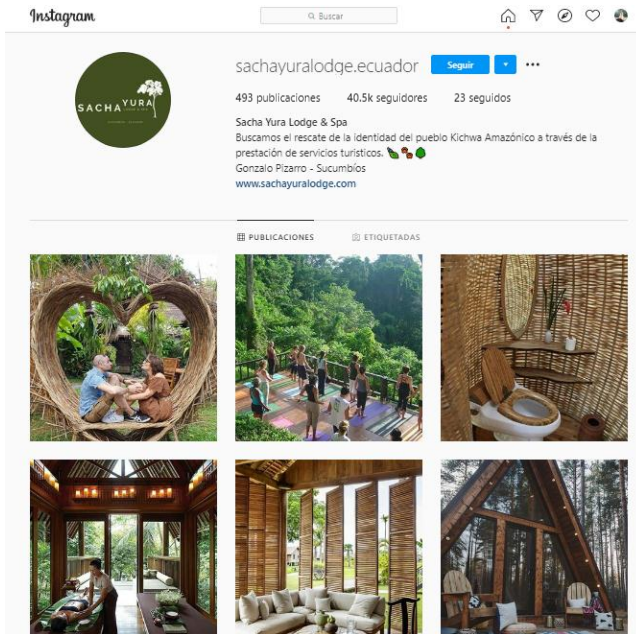


Ilustración 52 Página de Instagram
Fuente: Instagram



Ilustración 51 Página de Facebook
Fuente: Facebook

Por otra parte, se pretende mantener una suscripción con la revista de viajes de Ecuador Ñan que a través de sus publicaciones cada mes selecciona las mejores recomendaciones en hoteles del país.



Ilustración 53 Increíbles hoteles
Fuente: Revista Ñan

Del mismo modo la implementación de tres vallas publicitarias en sitios estratégicos en la ciudad de Quito, que durante la investigación dio como resultado el mayor número de turistas que llegan al cantón Gonzalo Pizarro provienen de dicha ciudad.



Ilustración 55 Valla en la Av. Simón Bolívar
Fuente: La autora



Ilustración 54 Valla en Terminal Terrestre Quitumbe
Fuente: La autora

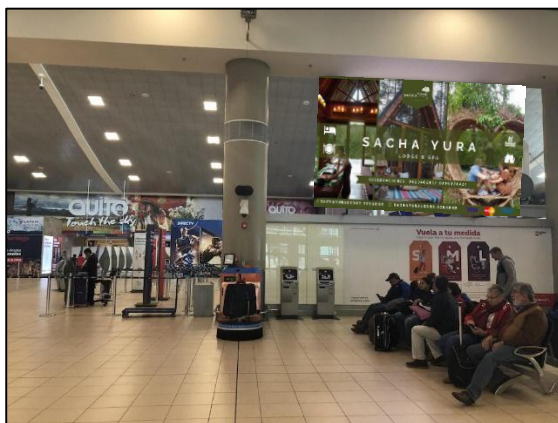


Ilustración 56 Valla en el aeropuerto Mariscal Sucre
Fuente: La autora

6.3.1. Estrategias de mercado.

Una estrategia de mercado consiste en la creación de acciones que ayuden a cumplir el objetivo fundamental de la empresa es decir el incremento de las ventas y lograr una ventaja competitiva sostenible. (Galeano, 2020)

6.3.1.1. Estrategia de diferenciación.

Dentro de las tres estrategias de diferenciación mencionadas por Michael Porter *Sacha Yura* para posicionarse en el mercado a nivel local y nacional utilizará la estrategia “de diferenciación” basada en el diseño que se va a implementar en el

lodge, es decir, la infraestructura del *lodge* que estará inspirada en las viviendas típicas de la comunidad, la gastronomía que se ofertará en el restaurante es típica de la zona y con productos orgánicos cosechados en huertos realizados por los kichwas, los conocimientos, saberes y prácticas con plantas medicinales son puestos en valor para la actividad del spa, el menaje de cocina como platos es elaborado por las mujeres kichwas a base de cerámica con diseños ancestrales amazónicos, el involucramiento de la comunidad en los cargos de cada departamento del *lodge*, la danza como manifestación cultural es parte de las actividades que se ofertan en el *lodge*. Y la existencia de un local de artesanías elaboradas por los integrantes de la comunidad como muestra de su talento y creatividad. Esto teniendo en cuenta que el valor agregado es la experiencia que se desea generar en el cliente. Dicha estrategia está basada en la innovación y creatividad que se puede desarrollar en el *lodge* además del beneficio que se brinda para los miembros del equipo.

6.3.1.2. Fidelización.

De la misma forma se pretende la implementación de la herramienta de fidelización de clientes *CRM*, que permite mantener una relación entre el área de ventas, el marketing, la publicidad y sus canales de comunicación con el fin de ofrecer a los clientes una experiencia fuera de sus expectativas (Díaz, 2015). De la misma forma para mantener la relación con los clientes conocer sus gustos y preferencias, ofrecer ofertas, descuentos y productos exclusivos se pretende realizar a través de la plataforma de *Facebook* e *Instagram*.

6.3.1.3. Patrocinio.

Al realizar patrocinios en la realización de eventos culturales, con el equipo de fútbol del cantón, ser anfitrión para talleres turísticos y culturales se obtiene la potencialización de la marca, generado recursos económicos y creando sinergias con empresas del sector.

CAPITULO VII

7. ESTUDIO AMBIENTAL

Objetivo General

Evaluar los impactos ambientales en la fase de construcción y operación en el establecimiento *Sacha Yura* a través de la utilización de la matriz de Leopold, con el fin de constatar la huella que generaría su funcionamiento.

Objetivos específicos

- Identificar y evaluar los impactos ocasionados por las actividades del proyecto.
- Diseñar propuestas para compensar y mitigar el impacto ambiental generado.
- Contribuir a la conservación y manejo sostenible de la biodiversidad y demás recursos naturales del sector mediante la aplicación del PMA.

7.1. Factores ambientales

Dentro de la matriz se tomaron en cuenta los siguientes factores ambientales a evaluar en la fase de construcción y operación.

Tabla 17
Factores ambientales

Medio abiótico	Agua
	Suelo
	Atmósfera
Medio Biótico	Flora
	Fauna
	Paisaje
	Naturaleza
Medio socio-cultural	Calidad de vida
Económico	Lodge

7.2. Identificar acciones y factores ambientales

ACTIVIDADES FACTOR AMBIENTAL		IMPACTO AMBIENTAL	FASE DE CONSTRUCCIÓN											FASE DE OPERACIÓN													
			Contratación del personal	Instalación del campamento	Limpieza del área y despallme	Nivelación del suelo	Uso de maquinaria	Cimentación	Levantamiento de trabes	Construcción de losa	Construcción de cabañas	Construcción de piscina	Construcción de áreas húmedas (spa)	Limpieza del área	TOTAL DE INTERACCIONES	Contratación del personal	Servicio de alojamiento	Servicio de alimentación	Servicio de spa	Servicio de parqueadero	Servicio de espacios verdes	Servicio de piscina	Mantenimiento de senderos	Generación de residuos	Consumo de energía eléctrica	Consumo de agua potable	TOTAL DE INTERACCIONES
Medio abiótico	Agua	Contaminación del agua			X								X	2		X	X	X	X	X	X			X			7
	Suelo	Erosión		X	X	X	X	X					X	X	7					X	X						2
		Pérdida de fertilidad		X		X		X					X	X	6					X					X		2
Atmósfera	Generación de gases contaminantes				X	X							X	3					X				X			2	
	Esparcimiento de partículas de polvo		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	11		X			X	X		X					4
Medio biótico	Flora	Pérdida de la cubierta vegetal		X	X	X	X	X			X	X	X	9		X	X		X	X		X	X				6
		Desertificación				X		X		X		X	X	6													0
	Fauna	Perturbación de especies		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	11		X	X		X	X		X					5
Cambios de hábitat			X	X	X				X	X	X	X	8		X	X		X	X		X	X				6	
Medio biótico	Paisaje	Modificación del paisaje		X	X	X		X	X	X	X	X	10		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		8
	Naturaleza	Emanación de olores		X	X		X						4		X	X	X	X		X		X		X		6	
Medio socio-cultural	Calidad de vida	Diversificación de las actividades económicas	X										1	X	X	X	X		X	X		X	X			6	
		Vinculación de la población local	X											1	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		7
		Mejoramiento de la calidad de vida	X											1	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	11
Económico	Lodge	Generación de fuentes de empleo	X										1	X	X	X	X	X		X	X					7	
		Aprovechamiento de productos locales												0		X	X	X			X	X				5	
		Rescate de la identidad del pueblo Kichwa												0		X	X	X			X	X				5	
													81													89	
TOTAL DE INTERACCIONES			4	8	8	9	6	7	3	5	6	8	8	9	81	4	13	12	9	12	9	9	11	8	1	1	89

Ilustración 57 Determinación de interacciones

Fuente: La autora

7.3. Descripción del método

Orea & Villarino (2013) citado en Tigre (2017) declara que:

La matriz de Leopold desarrollada por el Doctor Luna Leopold en los años 70 inicialmente tenía un enfoque para ser utilizada en proyectos de construcción ya que evalúa las actividades que pueden causar grandes impactos ambientales. Por otra parte, permite evaluar los impactos a través de variables como la importancia y magnitud (p.37).

Para sistematizar la relación entre las acciones a implementar y su posible efecto en la fase de construcción y operación del *lodge* se utilizará la matriz de Leopold. La matriz a implementar está estructurada en base a la tabla de interacciones lo que permite evaluar de forma más apropiada el proyecto.

7.4. Escala de valoración

Magnitud		Valor de importancia
Negativo	Positivo	(1) Bajo
(-1) Puntual	(1) Puntual	(2) Medio
(-2) Parcial	(2) Parcial	(3) Alto
(-3) Total	(3) Total	

7.6. Determinación de severidad

ACTIVIDADES FACTOR AMBIENTAL		IMPACTO AMBIENTAL	FASE DE CONSTRUCCIÓN											FASE DE OPERACIÓN																	
			Contratación del personal	Instalación del campamento	Limpieza del área y despalme	Nivelación del suelo	Uso de maquinaria	Cimentación	Levantamiento de trabes	Construcción de losa	Construcción de cabañas	Construcción de piscina	Construcción de áreas húmedas (spa)	Limpieza del área	SUMA DE POSITIVOS	SUMA DE NEGATIVOS	SUMATORIA TOTAL	Contratación del personal	Servicio de alojamiento	Servicio de alimentación	Servicio de spa	Servicio de parqueadero	Servicio de espacios verdes	Servicio de piscina	Mantenimiento de senderos	Generación de residuos	Consumo de energía eléctrica	Consumo de agua potable	SUMA DE POSITIVOS	SUMA DE NEGATIVOS	TOTAL DE INTERACCIONES
Medio abiótico	Agua	Contaminación del agua			-4									-4	0	-8	-8		-6	-6	-6	-1	-1	-3		-6			0	-29	-29
	Suelo	Erosión		-3	-3	-3	-3	-3				-3	-3		0	-21	-21					-2	-2						0	-4	-4
		Pérdida de fertilidad		-3		-3		-3				-3	-3	-3	0	-18	-18						-1			-2			0	-3	-3
	Atmósfera	Generación de gases contaminantes				-2	-2						-2	0	-6	-6					-2				-4			0	-6	-6	
		Esparcimiento de partículas de polvo		-2	-4	-6	-6	-4	-2	-4	-6	-4	-4	-6	0	-48	-48		-2			-2	-2		-2			0	-8	-8	
Medio biótico	Flora	Pérdida de la cubierta vegetal		-1	-3	-3	-3	-3			-3	-3	-3	0	-25	-25		-2	-2		-2	-1		-2	-2		0	-11	-11		
		Desertificación				-3		-3			-3	-3	-3	0	-18	-18											0	0	0		
	Fauna	Perturbación de especies		-2	-2	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	0	-31	-31		-2	-2		-3	-2		-2			0	-11	-11		
		Cambios de hábitat		-2	-2	-3				-3	-3	-3	-3	0	-22	-22		-1	-1		-1	-1		-1	-1		0	-6	-6		
	Paisaje	Modificación del paisaje		-1	-2	-3		-3	-3	-3	-3	-3	2	0	-22	-22		-2	-2	-2	-2	-1	-2	-2	-3		0	-16	-16		
	Naturaleza	Emanación de olores		-2	-2		-4						0	-12	-12		-2	-2	-2	-2		-2		-4		0	-14	-14			
	Medio socio-cultural	Calidad de vida	Diversificación de las actividades económicas	3										3	0	3	3	3	3	3	3		3	3			18	0	18		
Vinculación de la población local			3											3	0	3	3	3	3	3	3		3	3			21	0	21		
Mejoramiento de la calidad de vida			3											3	0	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	0	33	
Económico	Lodge	Generación de fuentes de empleo	3										3	0	3	3	3	3	3	3		3	3			21	0	21			
		Aprovechamiento de productos locales												0	0	0			3	3	3		3	3			15	0	15		
		Rescate de la identidad del pueblo Kichwa												0	0	0			3	3	3		3	3			15	0	15		

Ilustración 59 Determinación de severidad

Fuente: La autora

7.7. Interpretación de resultados

Tabla 18
Interpretación de los resultados en escala de colores

Severidad del Impacto	Escala	Descripción
Leve	0 – 5	No existe impacto y la recuperación tras el cese de actividades es inmediata. No se necesita medidas mitigadoras.
Moderado	6 – 15	La recuperación requiere tiempo determinado. Se requieren medidas mitigadoras simples.
Severo	16 – 39	La recuperación necesita un periodo extenso. Se requieren medidas mitigadoras.
Crítico	40 – 100	La magnitud del impacto es superior al umbral aceptable, se produce pérdida de la calidad de las condiciones ambientales incluso con la adopción de medidas protectoras y correctoras.
Representativo (Impacto Beneficioso o positivo)	0 – 100	Impactos de carácter positivo que no producen pérdidas, es decir traen beneficios ambientales, sociales, económicos y técnicos.

7.8. Jerarquización

La jerarquización que se detalla a continuación se obtuvo de la matriz de severidad.

Etapa de construcción

Impactos positivos

Tabla 19
Impactos positivos en la etapa de construcción

Factor ambiental	Impacto ambiental	Jerarquización
Calidad de vida	Diversificación de las actividades	3IA
	Vinculación de la población local	3IA
	Mejoramiento de la calidad de vida	3IA
Económico	Generación de fuentes de empleo	3IA
	Aprovechamiento de productos locales	0
	Rescate de la identidad del pueblo Kichwa	0

Impactos negativos

Tabla 20
Impactos negativos en la etapa de construcción

Factor ambiental	Impacto ambiental	Jerarquización
Atmósfera	Generación de gases contaminantes	-6IA
Suelo	Contaminación del agua	-8IA
Atmósfera	Emanación de olores	-12IA
Suelo	Desertificación	-18IA
Suelo	Perdida de fertilidad	-18A
Suelo	Erosión	-21IA
Fauna	Cambios de hábitat	-22IA
Paisaje	Modificación del paisaje	-22IA
Flora	Perdida de la cubierta vegetal	-25IA
Fauna	Perturbación de especies	-31IA
Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	-48IA

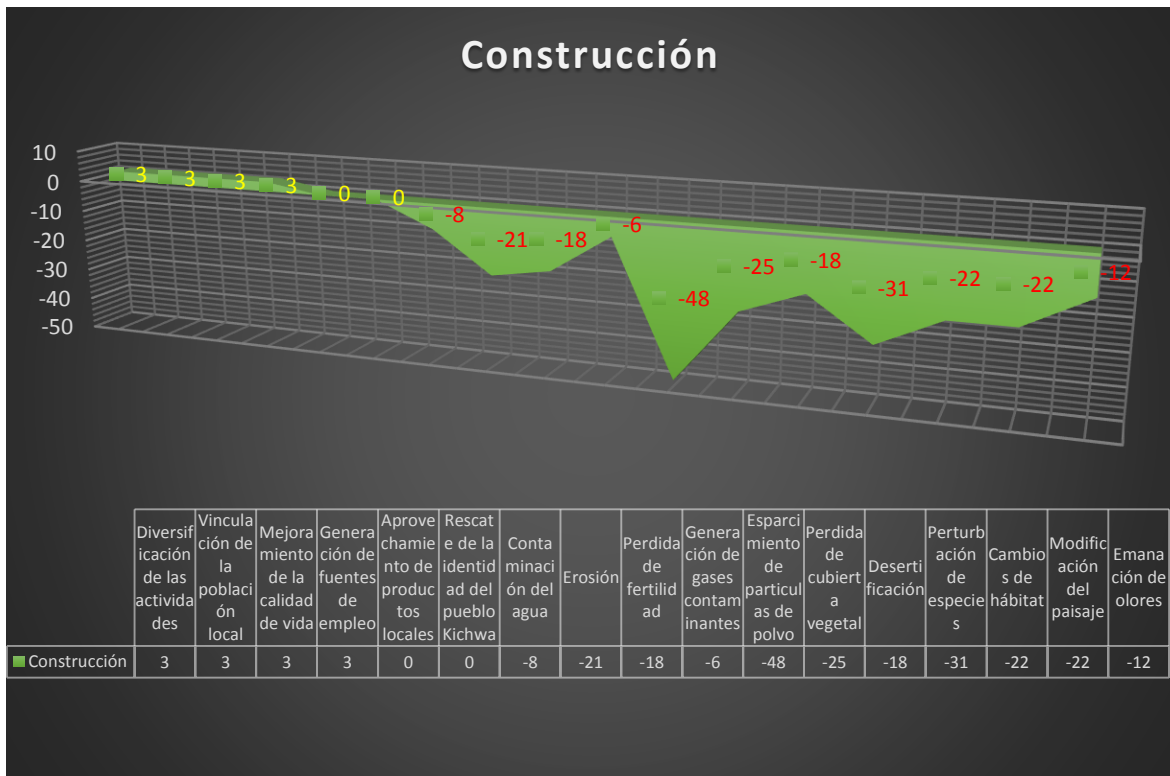


Ilustración 60 Impactos en la etapa de construcción
Fuente: La autora

El impacto positivo más sobresaliente en la etapa de construcción es:

- Generación de empleo

Los impactos negativos más sobresalientes en la etapa de construcción son:

- Esparcimiento de partículas de polvo
- Perturbación de especies
- Pérdida de la cubierta vegetal

Etapa de operación

Impactos positivos

Tabla 21

Impactos positivos en la etapa de operación

Factor ambiental	Impacto ambiental	Jerarquización
Calidad de vida	Diversificación de las actividades	18IA
	Vinculación de la población local	21IA
	Mejoramiento de la calidad de vida	33IA
Económico	Generación de fuentes de empleo	21IA
	Aprovechamiento de productos locales	15IA
	Rescate de la identidad del pueblo	15IA

Impactos negativos

Tabla 22

Impactos negativos en la etapa de operación

Factor ambiental	Impacto ambiental	Jerarquización
Suelo	Desertificación	-0
Suelo	Perdida de fertilidad	-3A
Suelo	Erosión	-4IA
Atmósfera	Generación de gases contaminantes	-6IA
Fauna	Cambios de hábitat	-6IA
Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	-8IA
Flora	Perdida de la cubierta vegetal	-11IA
Fauna	Perturbación de especies	-11IA
Atmósfera	Emanación de olores	-14IA
Paisaje	Modificación del paisaje	-16IA
Agua	Contaminación del agua	-29IA



Ilustración 61 Impactos en la etapa de operación
Fuente: La autora

Los impactos positivos más sobresalientes en la etapa de operación son:

- Mejoramiento de la calidad de vida
- Vinculación de la población local

Los impactos negativos más sobresalientes en la etapa de construcción son:

- Contaminación del agua
- Modificación del paisaje
- Emanación de olores

7.9. Plan de manejo ambiental

Tabla 23
Plan de manejo ambiental

IMPACTO AMBIENTAL	MEDIDAS DE MITIGACIÓN	MEDIDAS DE COMPENSACIÓN
Contaminación del agua	<ul style="list-style-type: none"> • Evitar o reducir el consumo de los productos de limpieza más agresivos, como limpiadores, limpiadores de alfombras. • Modernizar el equipo e instalación de la piscina. • Los cambios de aceite y combustible de la maquinaria se debe realizar en los talleres. 	
Erosión	<ul style="list-style-type: none"> • Plantar árboles y especies retiradas en la fase de limpieza. • Aportar nutrientes al suelo. 	
Esparcimiento de partículas de polvo	<ul style="list-style-type: none"> • Humedecer la superficie que se va a utilizar para prevenir la dispersión de material articulado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sembrar árboles que ayuden a crear barreras que no permitan que el viento arrastre las partículas de polvo.
Perdida de la cubierta vegetal	<ul style="list-style-type: none"> • Crear rutas para la circulación de la maquinaria durante la fase de construcción. • Señalizar las áreas donde se va a realizar la construcción. 	
Desertificación	<ul style="list-style-type: none"> • Evitar el desbroce innecesario empleando técnicas de desbroce 	

Perturbación de especies	<ul style="list-style-type: none"> • Evitar las actividades ruidosas en periodos de cría o anidamiento. • Evitar la construcción de vías de acceso sin una adecuada planificación, para no afectar en demasía las áreas silvestres. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de corredores biológicos
Cambios de hábitat	<ul style="list-style-type: none"> • Conservar los principales hábitats y nichos reproductivos de las aves para reducir la migración. 	
Modificación del paisaje	<ul style="list-style-type: none"> • Contemplar la posibilidad de una forma distinta para construir evitando modificar el paisaje en su totalidad. 	
Emanación de olores	<ul style="list-style-type: none"> • Instalación de un generador de ozono en el área de restauración. 	
Diversificación de las actividades		
Vinculación de la población local		
Mejoramiento de la calidad de vida		
Generación de fuentes de empleo		

IMPACTOS POSITIVOS

Tabla 24
Presupuesto y actividades del PMA

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO	PRESUPUESTO
Evitar o reducir el consumo de los productos de limpieza más agresivos, como limpiahornos, limpiadores de alfombras.	Administrador	Durante todo el periodo de funcionamiento del <i>lodge</i>	-
Modernizar el equipo e instalación de la piscina.	Administrador	Anual (Durante todo el periodo de funcionamiento del <i>lodge</i>)	\$500.00
Los cambios de aceite y combustible de la maquinaria se debe realizar en los talleres.	Contratista	Durante la fase de construcción	-
Plantar árboles y especies retiradas en la fase de limpieza.	Técnico Ambiental	Después de terminada la obra y anualmente durante todo el periodo de funcionamiento del	\$500.00
Aportar nutrientes al suelo.	Técnico ambiental	Anualmente (durante todo el periodo de funcionamiento del <i>lodge</i>)	\$1000.00
Humedecer la superficie que se va a utilizar para prevenir la dispersión de material articulado.	Contratista	Durante la fase de construcción	\$100.00

Crear rutas para la circulación de la maquinaria durante la fase de construcción.	Contratista/Arquitecto	Durante la fase de construcción	\$100.00
Señalar las áreas donde se va a realizar la construcción.	Contratista/Arquitecto	Durante la fase de construcción	\$200.00
Evitar el desbroce innecesario empleando técnicas de desbroce	Contratista	Durante la fase de construcción	-
Evitar las actividades ruidosas en periodos de cría o anidamiento.	Contratista/Administrador	Durante la fase de construcción y durante todo el periodo de funcionamiento del	-
Evitar la construcción de vías de acceso sin una adecuada planificación, para no afectar las áreas silvestres.	Contratista/Administrador	Durante la fase de construcción	-
Conservar los principales hábitats y nichos reproductivos de las aves para reducir la migración.	Contratista/Administrador	Durante la fase de construcción y durante todo el periodo de funcionamiento del	-
Contemplar la posibilidad de una forma distinta para construir evitando modificar el paisaje en su totalidad.	Arquitecto	Durante la fase de construcción	\$1000.00
Instalación de un generador de ozono en el área de restauración.	Administrador	Anual (Durante todo el periodo de funcionamiento del lodge)	\$200.00

CAPITULO VIII

8. ESTUDIO FINANCIERO

8.1. Balance de situación inicial

La empresa *Sacha Yura* se pone en marcha con una inversión de \$130.149.00 dólares americanos correspondiente a los activos, de los que se desglosan \$20.500.00 para los activos circulantes, y un total de \$109.649 para activos fijos comprendiendo todo lo necesario para el funcionamiento como: equipos de oficina, muebles y enseres, equipos de computación, mobiliario, equipos de cocina, menaje, inventarios de habitaciones, terreno, útiles de aseo y limpieza, materiales de construcción e instalaciones eléctricas, como pasivo tenemos \$83.149 que corresponde al crédito financiero obtenido en la entidad financiera Banco Pichincha con una tasa de interés del 11.30% extendido a 60 meses plazo cuyo pago de cuota mensual es de \$1820.88 y el capital asciende a \$47.000.00.


			LODGE & SPA SACHA YURA		
			BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2020		
ACTIVO			PASIVO		
Activo Circulante			Pasivo a Largo Plazo		
Caja		\$2.500	Documentos por pagar a largo plazo		\$83.149
Banco		\$18.000	Total Pasivo Circulante		\$83.149
Total Activo Circulante		\$20.500			
Activo Fijo			SUMA DEL PASIVO		
Equipos de oficina		\$4.999			\$83.149
Muebles y enseres		\$5.430			
Equipos de computación		\$550			
Mobiliario		\$2.725			
Equipos de cocina		\$1.631			
Menaje		\$511			
Utensillos de cocina		\$1.154			
Calentadores		\$120			
Inventarios de habitaciones		\$1.326			
Terreno		\$15.000			
Útiles de aseo y limpieza		\$54			
Materiales de construcción		\$74.150			
Instalaciones eléctricas		\$2.000			
Total Activo Fijo		\$109.649			
SUMA DEL ACTIVO		\$130.149			
			CAPITAL CONTABLE		
			Capital social		\$32.000
			Bienes inmuebles		\$15.000
			Total Capital contable		\$47.000
			SUMA DEL CAPITAL CONTABLE		\$47.000
			SUMA DEL PASIVO + CAPITAL CONTABLE		\$130.149

Ilustración 62 Balance de situación inicial

Fuente: La autora

8.2. Plantilla flujo anual

Sacha Yura Lodge & Spa tiene a la venta diez habitaciones que durante temporada alta son ocupadas un 50%, en temporada media un 30% y en temporada baja un 20%. Dentro de una cabaña se encuentran tres habitaciones simples con un valor por habitación de \$70.00, cabañas dobles con dos habitaciones a un valor de \$180.00, cabañas matrimoniales con dos habitaciones a un valor de \$250.00 y cabañas familiares con 3 habitaciones a un valor de \$275.00 cada una de las habitaciones incluye desayuno, almuerzo y cena. Además, como actividades de relajación está el spa con un valor de sesión por \$40.00, por otra parte, el bar al aire libre tiene a disposición cocteles con un valor de \$10.00 y un local donde podemos encontrar artesanías desde \$5.00 obteniendo ingresos por \$341.470,00 anualmente.

Dentro de los egresos del *lodge* encontramos que por cada total de las habitaciones se realiza una inversión del 60% esto a comparación de los alimentos que solamente es el 40% dando un total de egresos en materia prima por mes de aproximadamente 18.331,00 dólares teniendo en cuenta la temporada, por otra parte el pago de permisos anualmente es de \$495.90 que será desembolsado en el mes de julio, los pagos mensuales de impuestos es de \$19.74, el pago de servicios básicos ascienden a \$430.00 mensualmente incluido luz eléctrica, agua potable, telefonía, internet, gas y televisión satelital. Un total de \$45.00 será destinado a pago de vigilancia, además \$150.00 para servicio de transporte, para los pagos destinados a publicidad se realizará un desembolso mensual de \$2.000.00 durante los meses de marzo a diciembre lo que ayudará al posicionamiento del establecimiento en el mercado. Y por último el pago de la cuota mensual del préstamo con un valor de \$1820.88.

Dando un total anualmente de ingresos de \$341.470,00 dólares y un egreso de \$312.500,95 teniendo como ganancia anual los meses de temporada alta de \$3.574,93, en temporada media \$326,93 y en temporada baja \$200,93.




LODGE & SPA SACHA YURA

CUANTIFICACIÓN DE FLUJO AÑO 1

INGRESOS	Precio	unid vendidas	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
Cabañas simples (3)	70	45	1.540,00	1.540,00	3.150,00	3.150,00	3.150,00	3.150,00	3.150,00	3.150,00	1.890,00	1.890,00	3.150,00	3.150,00	32.060,00
Cabañas dobles (2)	130	30	1.950,00	1.950,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	2.340,00	2.340,00	3.900,00	3.900,00	39.780,00
Cabañas matrimoniales (3)	250	45	5.500,00	5.500,00	11.250,00	11.250,00	11.250,00	11.250,00	11.250,00	11.250,00	6.750,00	6.750,00	11.250,00	11.250,00	114.500,00
Cabañas Familiares (2)	275	30	4.125,00	4.125,00	8.250,00	8.250,00	8.250,00	8.250,00	8.250,00	8.250,00	4.950,00	4.950,00	8.250,00	8.250,00	84150
Sesiones de spa y yoga (pax)	45	25	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	13500
Platos a la carta	7	100	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	8400
Desayunos	5	90	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	5400
Almuerzos	8	100	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	9600
Cenas	8	130	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	12480
Bar	10	100	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12000
Artesanias	5	160	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	9600
TOTAL INGRESOS			19.030,00	19.030,00	32.465,00	32.465,00	32.465,00	32.465,00	32.465,00	32.465,00	21.845,00	21.845,00	32.465,00	32.465,00	341.470,00
EGRESOS															
Cabañas simples (3)			924	924	1890	1890	1890	1890	1890	1890	1134	1134	1890	1890	19236
Cabañas dobles (2)			1170	1170	2340	2340	2340	2340	2340	2340	1404	1404	2340	2340	23868
Cabañas matrimoniales (3)			3300	3300	6750	6750	6750	6750	6750	6750	4050	4050	6750	6750	68700
Cabañas Familiares (2)			2475	2475	4950	4950	4950	4950	4950	4950	2970	2970	4950	4950	50490
Platos a la carta			280	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280	3360
Desayunos			180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	2160
Almuerzos			320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	3840
Cenas			416	416	416	416	416	416	416	416	416	416	416	416	4992
Sesiones de spa y yoga (pax)			450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	5400
Bar			675	675	675	675	675	675	675	675	675	675	675	675	8100
Artesanias			80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
TOTAL MATERIA PRIMA			10.270,00	10.270,00	18.331,00	18.331,00	18.331,00	18.331,00	18.331,00	18.331,00	11.959,00	11.959,00	18.331,00	18.331,00	191.106,00
PERMISOS								495,90							495,90
PAGO IMPUESTOS			19,74	19,74	19,74	19,74	19,74	19,74	130,00	19,74	19,74	19,74	19,74	19,74	347
MANTENIMIENTO			90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	1080
ENERGÍA ELÉCTRICA			140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	1680
AGUA POTABLE			60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720
SERVICIO TELEFÓNICO			75,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	625
SERVICIO DE INTERNET			100,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	925,00
SERVICIO DE TV			55,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	330
VIGILANCIA			45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	540,00
GAS			14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	168
TRANSPORTE			120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	1440
PUBLICIDAD					2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	1.000,00	1.000,00	2.000,00	2.000,00	18.000,00
SUELDOS			6.100,00	6.100,00	6.100,00	6.100,00	6.100,00	6.100,00	6.100,00	6.100,00	6.100,00	6.100,00	6.100,00	6.100,00	73.200,00
CRÉDITO (83.149)			1.820,33	1.820,33	1.820,33	1.820,33	1.820,33	1.820,33	1.820,33	1.820,33	1.820,33	1.820,33	1.820,33	1.820,33	21.843,91
TOTAL EGRESOS			18.909,07	18.829,07	28.890,07	28.890,07	28.890,07	29.385,97	29.000,33	28.890,07	21.518,07	21.518,07	28.890,07	28.890,07	312.500,95
FLUJO DE CAJA			120,93	200,93	3.574,93	3.574,93	3.574,93	3.079,03	3.464,67	3.574,93	326,93	326,93	3.574,93	3.574,93	
FLUJO ACUMULADO			120,93	321,87	3.896,80	7.471,74	11.046,67	14.125,71	17.590,38	21.165,31	21.492,25	21.819,18	25.394,12	28.969,05	28.969,05

8.3. Costo capital

Para el cálculo del capital se tiene una inversión total de \$130.149.00 de la cual el capital propio es de \$47.000.00 y un financiamiento de \$83.149.00 con un interés del 11.30% dando como resultado el costo de capital de inversión del 9.75%



LODGE & SPA SACHA YURA

	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA		COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	130149	100%		9,75%		9,75%
IMPUESTO A LA RENTA				0%		
CAPITAL PROPIO	47000	36%	7,00%	2,53%		
FINANCIAMIENTO	83149	64%	11,30%	7,22%		

Ilustración 64 Costo del capital
Fuente: La autora

8.4. Tabla de amortización


El capital financiado asciende a 83.149.00 los cuales se aspiran a obtener a través de un crédito en el Banco Pichincha a un interés del 11.30% con un plazo de 60 meses, por lo que se pagara cuotas mensuales de \$1820.88

Plazo	60
Monto	83.149
Tasa anual	11,30%
Tasa mensual	0,94%
Pago mensual	\$1.820,33

Ilustración 65 Tabla de amortización
Fuente: La autora

8.5. Flujo 5 años

El flujo acumulado hasta el quinto año es de \$37.594.77 dólares teniendo un valor de incremento anual del 5%, una tasa interna de retorno del 28.81% y un valor actual neto que asciende a \$46.088.26.



LODGE & SPA SACHA YURA

Incremento anual	5%
Costo de capital	9,75%
Inversión	83149
VAN	\$37.897,37
TIR	25,63%

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	
Ingresos	\$341.470,00	\$358.543,50	\$376.470,68	\$395.294,21	\$415.058,92	
Egresos	\$312.500,95	\$328.126,00	\$344.532,30	\$361.758,91	\$379.846,86	
Flujo de caja	\$28.969,05	\$30.417,50	\$31.938,38	\$33.535,30	\$35.212,06	
	-\$83.149,00	\$28.969,05	\$30.417,50	\$31.938,38	\$33.535,30	\$35.212,06

Ilustración 66 Flujo 5 años
Fuente: La autora

8.6. Punto de equilibrio

El *lodge* alcanza el punto de equilibrio en el cuarto año con un monto de \$97.504,65 para lo cual el total de unidades vendidas anualmente de los once productos debe ser de 39.952, teniendo como precio ponderado \$34,19 y un costo promedio ponderado de \$19,13. Por otra parte el margen de contribución ponderado de cada producto es de \$15,05 lo que le permite obtener el punto de equilibrio en unidades al vender 37.778 que representan un valor por ingresos de \$1.291.558.



PUNTO DE EQUILIBRIO MULTIPRODUCTO

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	Producto 11
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	1.832	1.224	1.832	1.224	1.200	4.800	4.320	4.800	6.240	4.800	7.680
TOTAL UNIDADES	39.952										
% PARTICIPACIÓN	4,59%	3,06%	4,59%	3,06%	3,00%	12,01%	10,81%	12,01%	15,62%	12,01%	19,22%
PRECIO VENTA UNITARIO	\$70	\$130	\$250	\$275	\$45	\$7	\$5	\$8	\$8	\$10	\$5
COSTO VENTA UNITARIO	\$42	\$78,00	\$150	\$165	\$11	\$2	\$4	\$4	\$3	\$7	\$1
PRECIO PROMEDIO PONDERADO	\$34,19										
COSTO PROMEDIO PONDERADO	\$19,13										
COSTO FIJO DEL PERÍODO	\$485.580										
INVERSIÓN	\$83.149										
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$28,00	\$52,00	\$100,00	\$110,00	\$33,80	\$5,20	\$1,44	\$3,84	\$4,54	\$3,25	\$4,50
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO	\$15,05										
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	37.778										
PUNTO DE EQUILIBRIO POR INGRESOS	\$1.291.558										
PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO	1.732	1.157	1.732	1.157	1.135	4.539	4.085	4.539	5.900	4.539	7.262

Ilustración 67 Punto de equilibrio

Fuente: La autora

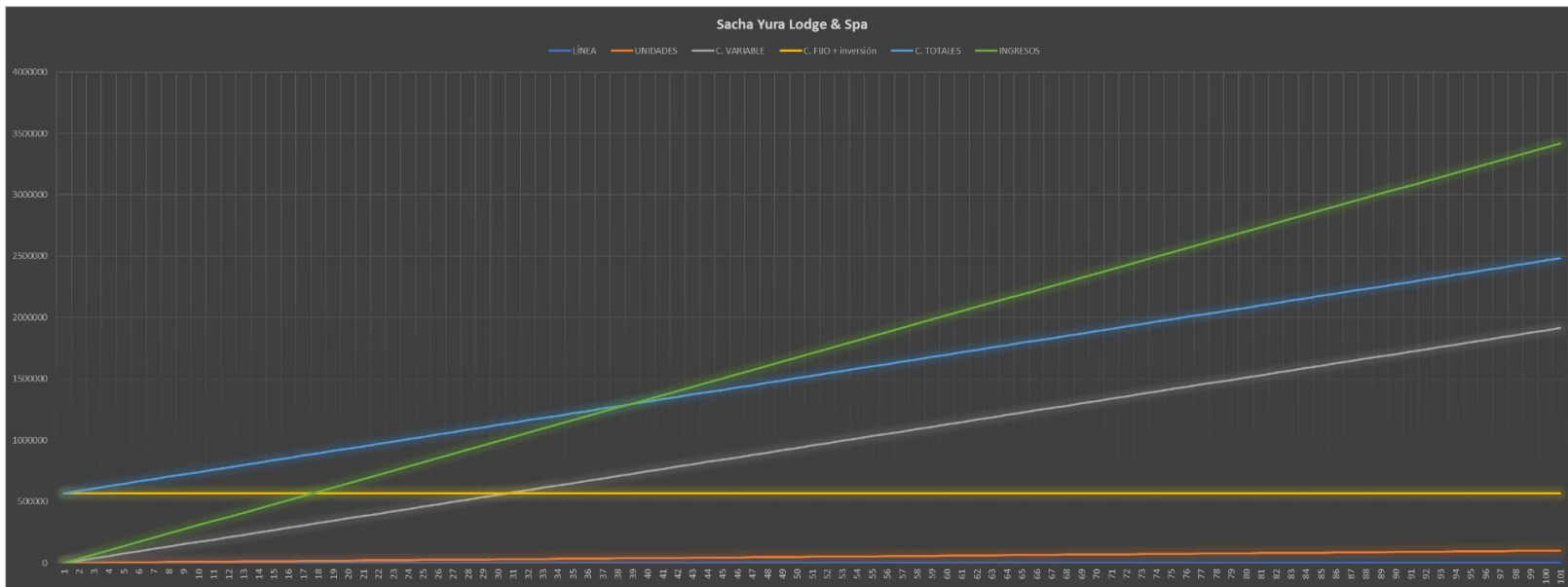


Ilustración 68 Gráfica punto de equilibrio

Fuente: La autora

CONCLUSIONES

Sacha Yura lodge & spa, es un proyecto que se crea a partir de la necesidad de visibilizar y rescatar la identidad del pueblo Kichwa Amazónico del cantón Gonzalo Pizarro además del mejoramiento de las condiciones socio-económicas de sus habitantes, la protección del entorno natural y cultural a través de la prestación de servicios turísticos.

- Se ejecutó el diagnóstico situacional del cantón Gonzalo Pizarro ubicado en la provincia de Sucumbíos identificando aspectos históricos geográficos, y socioeconómicos del sector.
- Se identificó por medio del estudio de mercado la posible demanda potencial del lodge estableciendo estrategias de posicionamiento de mercados.
- Se determinó la estructura organizativa y funcional con la cual el lodge desarrollará sus actividades.
- Se identificaron los impactos naturales, sociales y económicos que se generarán con el funcionamiento del lodge, estableciendo una serie de medidas de mitigación de los impactos negativos detectados en las de construcción y operación, con la finalidad de asegurar la viabilidad del proyecto.
- Y se determinaron los lineamientos base para el diseño de la infraestructura y espacios necesarios del *lodge* “*Sacha Yura*”, además la inversión requerida por medio de un estudio financiero y técnico permitiendo conocer la rentabilidad del proyecto.

RECOMENDACIONES

- Generar programas de capacitación continua que permitan perfeccionar la operatividad del *lodge Sacha Yura*, entendiendo la importancia del conocimiento de cada uno de los trabajadores además de la utilidad de mecanismos de calidad como una herramienta fundamental para el perfeccionamiento de la operatividad del proyecto.
- Formar alianzas estratégicas durante la operatividad del *lodge* con establecimientos turísticos de la provincia para mejorar la oferta del sector que resultará de impacto para los segmentos de mercado seleccionados, conformando actividades eficientes frente a los visitantes.
- Proponer al Gobierno Autónomo Descentralizado de Gonzalo Pizarro la implementación de un plan de mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos a fin de mejorar la calidad de la oferta turística del cantón.
- Crear actividades turísticas donde se involucre al pueblo Kichwa Amazónico del cantón Gonzalo Pizarro con la finalidad de fortalecer la identidad cultural.
- Es recomendable considerar las acciones optadas por el Mintur en cuanto a políticas y lineamientos establecidos para las actividades del proyecto y su involucramiento en nuevas alternativas que favorezcan al sector de servicios tanto a nivel provincial como nacional.
- Incentivar a los GAD's cantonales y parroquiales a incrementar la promoción del destino a través de videos promocionales y manejo de redes sociales.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Acosta, M. A., & Oleas, A. (2015). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CONSTRUCCIÓN DE UN LODGE CON MODELOS DE CASAS DE ÁRBOLES EN EL CANTÓN BUCAY*. Guayaquil.
- BBC. (19 de abril de 2017). Obtenido de <https://www.traveler.es/viajes-urbanos/articulos/que-es-un-lodge-y-que-no-lo-es/3331>:
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-39633559>
- Cadena, K., & Rodriguez. (2016). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN LODGE BASADO EN TURISMO COMUNITARIO EN LA PROVINCIA DE NAPO*. Quito.
- Cajal, A. (2017). *Investigación de campo: características, tipos y etapas*. Obtenido de lifeder.com: <https://www.lifeder.com/investigacion-de-campo/>
- Calduch, R. (2014). *Métodos y técnicas de investigación internacional* (Vol. Segunda). Madrid.
- Constitución, E. (2008). *Constitución del Ecuador*. Quito, Pichincha, Ecuador: Tribunal Supremo Electoral.
- Del Pozo, H. (2016). *Ley Orgánica de Cultura*. Nacional. Obtenido de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/01/Ley-Orga%CC%81nica-de-Cultura-APROBADA-Y-PUBLICADA.pdf>
- Ecured. (2018). Obtenido de Cantón Gonzalo Pizarro: [https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Gonzalo_Pizarro_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Gonzalo_Pizarro_(Ecuador))
- Galan, G. (2018). Obtenido de Qué es un Lodge: <https://gracielagalan.com/que-es-un-lodge/>

- Hernández, C. (24 de junio de 2018). *Entorno Turístico*. Obtenido de Turismo de naturaleza: ¿En qué consiste y cuál es su origen?: <https://www.entornoturistico.com/turismo-de-naturaleza-en-que-consiste-y-cual-es-su-origen/>
- María, C. (2014). *RESCATE Y VALORACIÓN DE LAS MANIFESTACIONES CULTURALES DE LOS PUEBLOS KICHWAS DE LA COMUNIDAD HUAYCOPUNGO PARROQUIA SAN RAFAEL CANTÓN OTAVALO PROVINCIA DE IMBABURA*. Ibarra. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/3894/6/02%20FECYT%202018%20Tesis.pdf>
- Mesías, O. (2010). *LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA*.
- MINTUR. (2019). *Plan Nacional de Turismo 2030*. Quito.
- MITUR. (2015). *Reglamento General a la ley de Turismo*. Quito. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Navarro, D. (2015). *Universidad del Aconcagua, Argentina*. Obtenido de RECURSOS TURÍSTICOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS: CONCEPTUALIZACIÓN , CLASIFICACIÓN Y VALORACIÓN: <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>
- OMT. (2008). *Glosario de Términos de Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- ONU. (2015). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Ortega, J. C. (2018). Obtenido de Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: el patrimonio y la educación.:

file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-

UnaAproximacionAlConceptoDeIdentidadCulturalAParti-6448230.pdf

Portilla, M., Rojas, A., & Hernández, I. (2014). *Investigación Cualitativa: Una reflexión desde la educación como hecho social*. Pasto. Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/2192-Texto%20del%20art%C3%ADculo-7372-2-10-20150826.pdf

Recuero Virto, N., Blasco López, F., & García de Madariaga, J. (2016). *Marketing del turismo cultural*. Madrid: ESIC Editorial.

Rivas, C. (2015). *PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN EL BARRIO LINDEROS DE LA PARROQUÍA DE VILCABAMBA PROVINCIA DE LOJA*. Loja.

Rizo, J. (2015). *Técnicas de Investigación Documental*. Matagalpa. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/12168/1/100795.pdf>

Sánchez, F. (2019). *Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos*. (SciELO, Ed.) Cusco.

Sandu, S. T. (2013). *LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA NACIONALIDAD SAPARA EN LA COMUNIDAD WIRIRIMA: RESCATE Y CONSERVACIÓN*. Cuenca.

Senplades. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*. Quito.


Tapia, G. (2013). Turismo sostenible: introducción y marco financiero. *Revista de investigación en modelos financieros*, 1.

Tigre, L. (2017). *Identificación de aspectos ambientales y evaluación de impactos ambientales en la facultad de ciencias químicas de la Universidad de Cuenca*. Cuenca: Santos. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/27207/1/Tesis.pdf>

Vázquez, A. (5 de marzo de 2013). Obtenido de Lo llaman lodge y no lo es:
<https://www.traveler.es/viajes-urbanos/articulos/que-es-un-lodge-y-que-no-lo-es/3331>

ANEXOS

Ficha de diagnóstico turístico del Ministerio de Turismo

		FICHA DE DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL DESTINO							
1. DESTINO	2. CLIMA	3. TEMPERATURA	4. PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA	5. ALTURA (msnm)	6. LATITUD	7. LONGITUD	8. DESTINOS CERCANOS		
Lumbaqui	Tropical lluvioso	20°C - 32°C	(100-150 mm)	590m.s.n.m	0°3'0" N	77°19'60" W	Volcán El Reventador Parque Cayambe- Coca		
9. BREVE DESCRIPCIÓN DEL DESTINO									
<p>Cabecera del cantón Gonzalo Pizarro de la provincia de Sucumbíos. La población fue levantada por misioneros carmelitas en la década del 70, para llevar la doctrina de Cristo a los pueblos indígenas de la región y a los blancos que se dirigían a ella en busca de nuevas fuentes de trabajo que se generaron con las perforaciones petroleras. Gracias a la ubicación geográfica, el cantón Gonzalo Pizarro posee una gran variedad de sitios naturales de belleza escénica única, que constituye el hábitat de una flora y fauna muy representativa e importante para mantener el equilibrio ecológico. El gallo de la peña de color naranja y negro que vive en las parroquias Reventador y Puerto Libre es un ave emblemática del cantón, así mismo como la variedad de la flora existente en la zona de manera especial orquídeas y bromelias.</p>									
10. DATOS RELEVANTES									
SUPERFICIE	LÍMITES	POBLACIÓN	MUJERES	%	HOMBRES	%	POBLACIÓN ECONÓMICA MENTE ACTIVA (PEA)	NIVEL DE EDUCACIÓN MAYORITARIO	POBLACIÓN PREDOMINANTE
223.427,23 hectáreas	Norte: Cantón Sucumbíos, Sur; Cantón el Chaco – Provincia de Napo-; Este: Cantón Cascales; Este: Pimampiro (provincia de Imbabura); Cayambe; (Pichincha);	9.599	4538	47%	5061	53%	2941	Primaria	Hombres

11. COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS (%)											
ENERGÍA ELÉCTRICA	AGUA POTABLE	RED DE ALCANTARILLADO	RECOLECCIÓN DE DESECHOS	MANEJO DE DESECHOS	MANEJO DE AGUAS RESIDUALES	TELEFONÍA FIJA	TELEFONÍA PÚBLICA	TELEFONÍA MÓVIL	CONEXIÓN A INTERNET	OBSERVACIONES	
90%	90%	40%	90%	70%	20%	30%	0%	85%	75%		
12. INFRAESTRUCTURA, EQUIPAMIENTOS GENERALES Y SEGURIDAD (#)											
TRANSPORTE PÚBLICO	GASOLINERAS	OFICINAS BANCARIAS	CAJEROS AUTOMÁTICOS	HOSPITALES /CENTROS DE SALUD	FARMACIAS	CENTROS CULTURALES	CENTROS DEPORTIVOS	ESPACIOS RECREATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS CON FORMACIÓN EN TURISMO	POLICÍA
0	1	1	5	1	3	1	3	2	1	0	1
BOMBEROS	DEFENSA CIVIL	FISCALÍA O JUZGADO	COOPERATIVAS DE TAXIS	COOPERATIVAS DE TRANSPORTE URBANO	PARQUEADEROS	CASAS DE CAMBIO	MERCADOS Y/O TIENDAS ARTESANALES	OBSERVACIONES			
1	1	1	3	0	0	2	1				
13. ASENTAMIENTOS HUMANOS											
<ul style="list-style-type: none"> - Lumbaqui (Cabecera cantonal) - Puerto Libre - Flor del Valle - El Cabeno - La Amarilla - El Chiparó - Sinangoe - La Bonita - Gonzalo Pizarro - Amazonas - El Cisne - Recinto Atenas - Simón Bolívar - El Reventador 											

- Panduyaku
- Dashino
- La Unión
- San Carlos del Rio Due
- Playas del Río Coca
- Shiwakucha
- Chuskuyaku
- El Paraíso

14. CONECTIVIDAD Y ACCESOS

11.1 TERRESTRE

DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO
Quito	Panamericana/favorable	6 horas	Auto/Buses	\$10.00
Lago Agrio	Panamericana/favorable	45 minutos	Auto/Buses	\$2.00
Tulcán (Julio Andrade – La Bonita)	Lastre/desfavorable	5 horas	Auto/Buses	\$8.00

11.2 AÉREO

DESDE	CIA, FRECUENCIA	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO
Quito	Tame/2 frecuencias al día	0:55 minutos	Avión	OW \$35
				RT \$60

11.3 ACUÁTICO

DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO
x	x	x	x	OW

11.4 OTROS

DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO
-------	--------------------	--------	---------------------	------------------

15. CONECTIVIDAD DEL DESTINO CON LOS PUNTOS DE MAYOR EMISIÓN TURÍSTICA

DISTANCIA (KM)	QUITO	GUAYAQUIL	CUENCA	AMBATO	OBSERVACIONES
	218km	623km	670km	345km	Cooperativas de Transporte Terrestre: Baños – Putumayo – Loja

16. INTERCONEXIÓN CON OTROS DESTINOS


NOMBRE(S) DEL (OS) DESTINOS	SITIO DE INTERCONEXIÓN	CONFORMAN PRODUCTO TURÍSTICO		NOMBRE	OBSERVACIONES
		RUTA	x		
Papallacta	El Chaco	RUTA	x	Ruta del Agua	Cada año se realizan rutas en bicicleta
		CIRCUITO			

17. ATRACTIVOS TURÍSTICOS

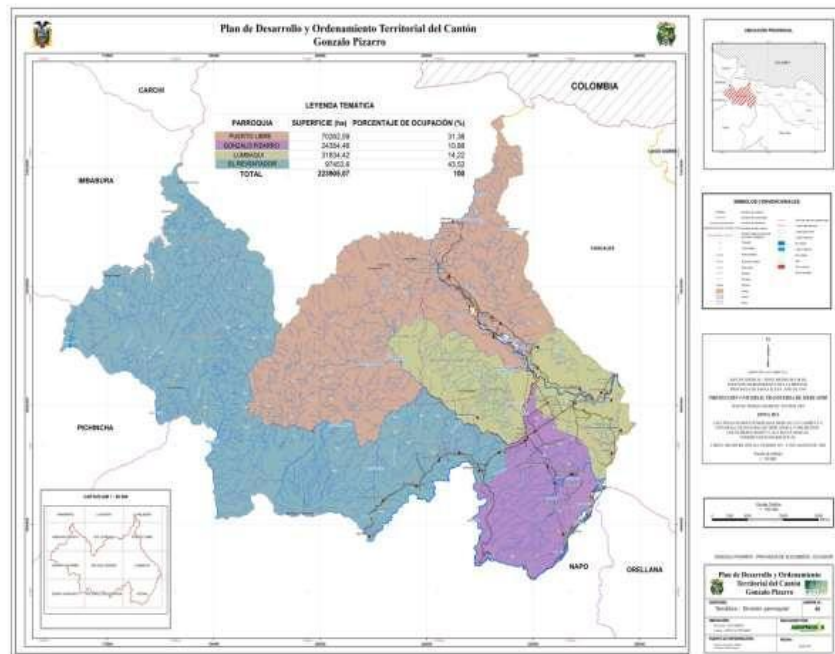
17.1 NATURALES						17.2 CULTURALES						
Nombre	Número	Jerarquía				Nombre	Número	Jerarquía				
		I	II	III	IV			I	II	III	IV	
Volcán El Reventador					x	Comunidad Sinangoe						x
Cascada de San Rafael					x	Petroglifos Piedra Bola			x			
Cascada La Libertad					x	Piedra de los monos			x			
Cascada Los Manantiales					x	Petroglifo del Valle			x			
Cascada del Manto Cristalino					x	Fiestas Virgen del Cisne					x	
Cascada La Doncella					x							
Cascada La Escondida					x							
Cascada La Chocolateira					x							
Las Pizarras					x							
Playa Escondida					x							
Cascada Cabeza de Lagarto					x							
Cascada Milagrosa					x							
Samana Yaku					x							
Cascada Laguna Azul					x							
17.3 ATRACTIVOS MÁS REPRESENTATIVOS						14.4 OBSERVACIONES						
Nombre	Latitud	Longitud	Estado de Conservación	Afluencia (Nacional / Extranjera)	Tipo de Visitante (Turista / Excursionista)	Difusión del Atractivo (Local, provincial, Regional, Nacional, Internacional)						
Volcán El Reventador	-0.077530	77.655688	Conservado	6343	Excursionista/Turista	Local/Provincial						
Cascada de San Rafael	-0.102510	77.581876	Alterado	8560	Excursionista	Local/Provincial/Nacional						

Cascada La Libertad	-0.016540	77.377979	Conservado	4320	Excursionista	Local	
Cascada Los Manantiales	-0.000334	77.390312	Alterado	3897	Excursionista	Local	
Cascada del Manto Cristalino	-0.003682	77.383531	Conservado	1897	Excursionista	Local	
Cascada La Doncella	0.006464	77.387196	Conservado	850	Excursionistas	Local	
Cascada La Escondida	-0.001354	77.401659	Conservado	4460	Excursionistas	Local/Provincial	
Cascada La Chocolatera	0.006897	77.387226	Conservado	1965	Excursionistas	Local	
Las Pizarras	0.154537	77.483251	Conservado	1965	Excursionistas	Local/Provincial	
Playa Escondida	0.053491	77.305020	Conservado	4290	Excursionistas	Local	
Cascada Cabeza de Lagarto	-0.012351	77.376023	Conservado	4190	Excursionistas	Local	
Cascada Milagrosa	-0.012416	77.383818	Conservado	4260	Excursionista	Local	
Samana Yaku	-0.031432	77.330749	Conservado	4151	Excursionista	Local	
Cascada Laguna Azul	-0.017406	77.371163	Conservado	4083	Excursionista	Provincial	
18.1 TOTAL ESTABLECIMIENTOS	18.2 TIPOLOGÍA/ PLAZAS						18.4 OBSERVACIONES
	Agencias de Viajes	Intermediación	Alojamiento	# Plazas	Alimentos y Bebidas	# Plazas	
5			x	3	x	2	
19. FACILIDADES TURÍSTICAS IMPLEMENTADAS EN EL DESTINO							
19.1 TIPO	SI/NO	#	UBICACIÓN	ESTADO	19.2 OBSERVACIONES		
SEÑALIZACIÓN	SI	10	Al entrar a la parroquia	favorables			
SEÑALÉTICA	NO	-	-	-			
PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	SI	1	Plaza comercial	favorable			
CENTRO DE INTERPRETACIÓN	NO	-	-	-			
CENTRO DE FACILITACIÓN	NO	-	-	-			
SENDEROS	SI	8	Distintos atractivos	favorables			
MIRADORES	NO	-	-	-			
20. MODALIDADES DE TURISMO QUE SE PRACTICAN							

20.1 TIPO		CANTIDAD	TEMPORALIDAD		LUGAR (ES) DONDE DE EJECUTA LA ACTIVIDAD		20.2 OBSERVACIONES			
ECOTURISMO		1	Julio - Agosto		Comunidad de Panduyaku					
TUR. DE NATURALEZA		1	Julio - Agosto		Comunidad La Unión					
TURISMO COMUNITARIO		x	x		x					
TURISMO CULTURAL		x	x		x					
TURISMO RELIGIOSO		1	Agosto		Parque Central					
TURISMO DE SALUD		x	x		x					
TURISMO DE DEPORTES		1	Agosto		Ruta del agua (Papallacta – Lumbaqui)					
TURISMO DE AVENTURA		1	Julio		Rio Aguarico sector Lumbaqui					
CONVENCIONES		x	x		x					
FERIAS		2	Junio / Diciembre		Parque central					
21. INGRESO DE TURISTAS										
21.1 TURISTAS NACIONALES	AÑO	TEMPORADA ALTA	MEDIA DE PERNOCTACIÓN	GASTO PROMEDIO POR DÍA USD	21.2 TURISTAS EXTRANJEROS	AÑO	TEMPORADA ALTA	MEDIA DE PERNOCTACIÓN	GASTO PROMEDIO POR DÍA	21.3 OBSERVACIONES
24449	2018	Julio-Agosto	70%	\$25	27564	2018	Octubre - Diciembre	90%	\$45	
22. INGRESOS POR TURISMO										
22.1 INGRESOS ECONÓMICOS POR TURISMO			22.2 INGRESO DE DIVISAS POR DESTINO			22.3 TOTAL INGRESOS POR TURISMO USD		22.4 OBSERVACIONES		
AÑO	TURISMO INTERNO (%)	TURISMO RECEPTIVO (%)	AÑO	TURISMO INTERNO USD	TURISMO RECEPTIVO USD					
2018	33.01	66.99	2018	611,225	1.240380	1851605				
23. DESARROLLO LOCAL POR TURISMO										
23.1 EMPLEO DIRECTO/ INDIRECTO (# DE PERSONAS)									23.2 OBSERVACIONES	
ALOJAMIENTO	ALIMENTOS Y BEBIDAS	TRANSPORTE	ESPARCIAMIENTO	GUIANZA	OPERACIONES TURÍSTICAS	COMERCIO	ARTESANIAS	OTROS		
12	8	4	25	2	1	150	5			

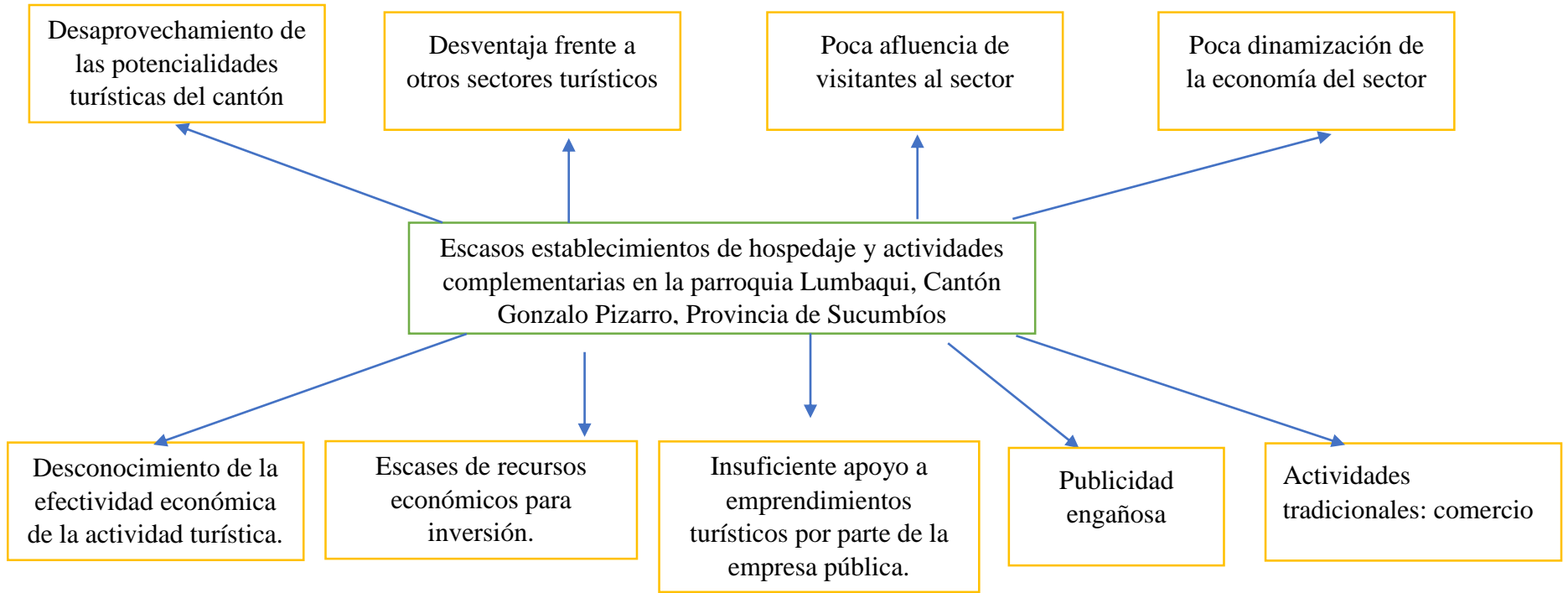
23.3 POBLACIONES BENEFICIADAS POR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA			23.4 DECLARATORIAS EN EL DESTINO					23.5 OBSERVACIONES	
FAMILIAS	COMUNIDADES	LOCALIDADES	ENTIDAD		FECHA	DETALLE		ESTADO	
15	7	5	MINISTERIO DEL AMBIENTE	X					
			MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO	X					
			BANCO DE DESARROLLO DEL ECUADOR		2017	PREMIO VERDE			
24. DESCENTRALIZACIÓN TURÍSTICA/ ORGANIZACIONES EN TERRITORIO									
MUNICIPIO DESCENTRALIZADO	FECHA DE CONVENIO	ORGANIZACIÓN MUNICIPAL	# DE EMPLEADOS	IMAGEN CORPORATIVA DE TURISMO	ITUR	COMISIÓN DE TURISMO EN CONCEJO MUNICIPAL	CONSEJO CANTONAL DE TURISMO U OTRO	ORDENANZAS MUNICIPALES PARA DESARROLLO TURÍSTICO	AÑO DE EXPEDICIÓN
SI	1986		4		SI	NO	NO	Ordenanza que regula la inversión municipal en emprendimientos turísticos, agro productivos y micro empresariales en el cantón	2015
CÁMARA DE TURISMO	ASOCIACIONES O AGRUPACIONES TURÍSTICAS	OFICINA MINTUR EN DESTINO	COORDINACIÓN ZONAL VINCULADA AL DESTINO	OTROS NIVELES DE ORGANIZACIÓN	24.1 OBSERVACIONES				
0	1	0	Zona 1						
25. PROYECTOS TURÍSTICOS A DESARROLLARSE									
25.1 NOMBRE		25.2 LOCALIDAD	25.3 TIPO DE PROYECTO			25.4 OBJETIVO		25.5 RESPONSABLE	25.6 MONTO

25.7 OBSERVACIONES	Falta de involucramiento de la ciudadanía y el sector público.				
26. PRINCIPALES NECESIDADES					
DETALLE	MARCA R	ESPECIFICACIONES			
CONSERVACIÓN URBANA	x	pavimentación de calles, aparcamientos, aceras, ciclovía, red peatonal y espacios libres			
SANEAMIENTO Y SALUBRIDAD					
MANEJO DE DESECHOS Y RESIDUOS					
CIRCULACIÓN VEHICULAR	x	Buses urbanos			
ACCESOS					
SEÑALIZACIÓN AL DESTINO	x	Reconocimiento de atractivos			
SEÑALÉTICA EN ATRACTIVOS	X				
IMPLEMENTACIÓN DE FACILIDADES TURÍSTICAS					
CAPACITACIÓN EN MATERIA TURÍSTICA	X	Mejoramiento en los establecimientos y capacitación a la población dedicada a la actividad.			
27. FUENTES DOCUMENTALES Y OTRAS					
FUENTE	TIPO	AÑO DE EXPEDICIÓN	VIGENCIA	24.1 OBSERVACIONES	
Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Gonzalo Pizarro		2010	2015		
Fascículo Gonzalo Pizarro		2010	2010		
Turismo Gonzalo Pizarro	Red Social	2019	-		
25. MAPA					



CREDITOS INSTITUCIONALES	Levantamiento de información	Procesamiento	Revisión	Aprobación
Fecha	21/05/2020			
Nombre	Tamara Garcés			
Cargo	Estudiante			
Institución	UTN			












Árbol de problemas



Document Information

Analyzed document	Estudio de factibilidad Sacha Yura Lodge.docx (D82470164)
Submitted	10/23/2020 2:21:00 AM
Submitted by	
Submitter email	tjgarcesm@utn.edu.ec
Similarity	6%
Analysis address	vgruiz.utn@analysis.arkund.com

Sources included in the report

W	URL: https://www.traveler.es/viajes-urbanos/articulos/que-es-un-lodge-y-que-no-lo-es/3331 Fetched: 10/23/2020 2:22:00 AM	 3
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / Tesis Luna y Quinatoa.pdf Document Tesis Luna y Quinatoa.pdf (D82146039) Submitted by: crquinatoag@utn.edu.ec Receiver: vgruiz.utn@analysis.arkund.com	 13
W	URL: https://www.entornoturistico.com/turismo-de-naturaleza-en-que-consiste-y-cual-es-s... Fetched: 10/23/2020 2:22:00 AM	 1
SA	TESIS ACABADO REGALO DE NAVIDAD.pdf Document TESIS ACABADO REGALO DE NAVIDAD.pdf (D12672960)	 1
SA	TESIS ANALISIS URKUND.docx Document TESIS ANALISIS URKUND.docx (D40860507)	 1
W	URL: https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/10964/1/Lorena%20Maribel%20Guz... Fetched: 7/9/2020 1:11:12 AM	 2
SA	Tesis_JULIA TORRES.docx Document Tesis_JULIA TORRES.docx (D80770570)	 1
SA	Joselyn_Luk_Tesis.docx Document Joselyn_Luk_Tesis.docx (D57388696)	 7
W	URL: https://docplayer.es/74200871-Escuela-de-turismo-y-hospitalidad-estudio-de-factibi... Fetched: 11/10/2019 8:13:59 AM	 2
W	URL: https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/3152/UPSE-TDT-2016-00... Fetched: 7/8/2020 4:32:33 PM	 1
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / Tesis Simbaña, Tituaña.pdf Document Tesis Simbaña, Tituaña.pdf (D82341537) Submitted by: djsimbanaí@utn.edu.ec Receiver: vgruiz.utn@analysis.arkund.com	 7

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / Tesis Franklin Tulcan.pdf